

styria digital one

Inhaltsangabe

- Allgemeine Informationen | 3
- Technische Spezifikationen | 8
- Werbemittelspezifikationen | 20
 - Desktop & Mobile | 21
 - Desktop only | 45
 - Mobile only | 85
 - Video Ads | 95
 - Special Ads | 108
 - Native Ads | 123
 - Sponsored Content | 134

Allgemeine Informationen

Anlieferung und Vorlaufzeiten

Um einen reibungslosen Verlauf im Kampagnenmanagement zu gewährleisten, müssen gewisse Vorlaufzeiten berücksichtigt werden. Die Integration kann bei technisch komplexen Formaten langwierig sein und muss vor allem mehrmals getestet werden. Das Einhalten der Vorlaufzeiten sichert die Qualität der Kampagne, vermindert Fehlerquellen und sorgt für reibungsfreie Zusammenarbeit. Die Vorlaufzeiten hängen von der technischen Beschaffenheit der Werbemittel ab.

Wenn nicht schriftlich anders vereinbart, gilt bei **Standardwerbformen** eine Vorlaufzeit von **3 Werktagen**.

Bei **Advertorials, Gewinnspielen, Online-Special, Produkttest, Typentest** oder ähnlichen Werbformen gilt eine Vorlaufzeit von **5 Werktagen**.

Bei **Sonderlösungen und aufwändigen Umsetzungen** (Dossier, Contentproduktion, Brandings usw.) ist die Vorlaufzeit **auf Anfrage**.

Die Werbemittelanlieferung erfolgt ausschließlich per E-Mail an traffic@sdo.at

Die E-Mail für die Werbemittellieferung sollte folgende Informationen enthalten:

- + Kunden- und Kampagnenname
- + Buchungszeitraum
- + Gebuchte Seite / Platzierung / Zielgruppe
- + Werbeformat
- + Verlinkung im Format: „<http://www.zielurl.com>“
- + Ansprechpartner bei Rückfragen

Bei nicht fristgerechter Anlieferung übernimmt styria digital one keine Garantie für einen fristgerechten Kampagnenstart und die fehlerfreie Einbindung.

Vertrauenswürdigkeit

Im Interesse unserer Nutzer und Werbekunden sind wir sehr darauf bedacht die Seriosität und Vertrauenswürdigkeit unserer Werbeumfelder sicher zu stellen.

Daher sind bei der Erstellung Ihrer Werbemittel folgende inhaltlichen Regeln einzuhalten:

1. Werbung für Alkohol und Tabak

Alkoholwerbung muss sich klar erkenntlich nicht an Kinder und Jugendliche richten. Eine Schaltung von Werbung für Tabakprodukte auf den Werbeumfeldern der styria digital one ist nicht möglich.

Jugendschutz

Werbemittel sind bereits im Vorfeld auf Einhaltung der jugendschutzrechtlichen Vorgaben und Regelungen zu überprüfen. styria digital one behält sich vor, entsprechend der jeweiligen Altersbeschränkung die Zugriffsmöglichkeit/ Sendezeit für das Werbemittel zu begrenzen oder das Motiv gänzlich abzulehnen.

2. Keine System-Meldungs-Werbemittel

Werbemittel dürfen nicht das Aussehen von System-Meldungen oder System-Benachrichtigungen imitieren. Insbesondere dürfen sie keine System-Elemente wie z.B. Auswahlboxen, Hilfe-Buttons oder Schließen-Buttons enthalten, wenn diese nicht die erwartete Funktion erfüllen.

3. Werbemittel mit irreführenden Inhalten

Werbemittel mit Aussagen / Versprechen (z.B. "Sie haben gewonnen", "Ein gratis Geschenk ist Ihnen sicher"), welche nicht zutreffen und daher irreführend sind, dürfen auf unseren Umfeldern nicht geschaltet werden.

4. Richtlinien zur Werbemittelgestaltung

Werbemittel dürfen nicht im Design der jeweiligen Website, auf welcher die Werbemittel ausgespielt werden, gestaltet sein.

Enthält das Werbemittel seitenüberlagernde transparente Bereiche, die den Seitencontent sichtbar erscheinen lassen, so sollten diese Bereiche durchklickbar sein. Wird dies nicht gewährleistet, so darf es aufgrund der Größe dieser Bereiche und der Funktion des Werbemittels nicht zu Nutzerirritationen kommen. styria digital one behält sich in diesem Fall vor einen semitransparenten Hintergrund für das Werbemittel verpflichtend anzufordern, oder das Werbemittel abzulehnen.

5. Farbwechseleffekte, starke Animation - nur zur Unterstützung der Kommunikationsaussage

styria digital one behält sich vor Werbemittel abzulehnen, die mit schnellen, übermäßigen Farbwechseln oder stark auffälligen Animationen zur reinen Aufmerksamkeitssteigerung versehen sind. Farbwechsel dürfen nur eingesetzt werden, wenn hierdurch das CI bzw. die Kommunikationsaussage inhaltlich unterstützt wird. styria digital one behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel die zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden.

6. Werbemittel, die mehrheitlich aus Text bestehen

Eine Schaltung von Werbemitteln die mehrheitlich aus Text bestehen ist nur dann möglich, wenn diese mit dem Wort "Anzeige" gekennzeichnet und damit eindeutig als Werbung zu erkennen sind. Darüber hinaus muss durch eine klare Kennzeichnung der Links "zu ... (Werbetreibender)" oder die gut sichtbare Integration des Logos deutlich werden, dass es sich um Werbung eines spezifischen Unternehmens handelt.

Das Werbemittel muss klar als Werbung erkennbar sein und darf Inhalte auf den Seiten nur nach Absprache mit styria digital one imitieren, kopieren oder verändern.

7. Werbung für erotische Angebote

Werbemittel für erotische Angebote dürfen wie die beworbenen Angebote selbst neben der Einhaltung der allgemeinen gesetzlichen Vorschriften nicht jugendschutzrechtlichen Bestimmungen entgegenstehen, insbesondere nicht unzulässig i.S.d. Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) sein. Die Werbung darf keine pornografischen, kinderpornografischen, gewalttätigen oder anderweitig Kinder und Jugendliche in ihrer Entwicklung gefährdenden Angebote beinhalten. Kinder und Jugendliche in ihrer Entwicklung beeinträchtigende Werbemittel dürfen diesen nach Maßgabe des JMStV nicht bzw. allenfalls wesentlich erschwert zugänglich gemacht werden.

8. Überlassung von Werbeflächen an Dritte

Es ist zu unterlassen, von styria digital one überlassene Werbeflächen Dritten, ohne vorheriges ausdrückliches Einverständnis von styria digital one ganz oder teilweise zu überlassen. Dies gilt insbesondere für solche Werbeflächen, bei welchen United Internet Media dem Kunden die Möglichkeit einräumt, eigene Inhalte einzuspielen. Sollte styria digital one der Überlassung von Werbeflächen an Dritte zustimmen, gelten auch für diese die technischen Spezifikationen der styria digital one.

Qualitätssicherung

Vor Live-Stellung werden die Werbemittel einer Qualitätssicherung unterzogen, um volle technische Funktionsfähigkeit und Browserkompatibilität zu gewährleisten.

Dennoch kann es nach dem Start der Kampagne zu Problemen kommen. Daher behält sich styria digital one das Recht vor, Werbemittel teilweise oder ganz zu entfernen oder einzelne Browser von der Auslieferung auszuschließen, wenn:

- + es nach Kampagnenstart zu massiven Beschwerden von Seiten des Nutzers (Users) kommt
- + sich nachträglich herausstellt, dass das Werbemittel die Performance der Seite stört oder die des Rechners des Nutzers (Users)
- + ein externes Werbemittel nachträglich ohne Absprache geändert wurde und nicht den Spezifikationen entspricht

Ein Werbemittel - oder Motivtausch während der Kampagnenlaufzeit darf nur mit getesteten Werbemitteln und nach Absprache mit styria digital one durchgeführt werden.

Adserving

- + Die Auslieferung erfolgt, wenn nicht anders vereinbart über den Adserver der styria digital one.
- + Externe Zählpixel können integriert werden. Diese müssen unabhängig von den jeweiligen Clickcommands sein.
- + Messungen von Viewtime/Visibilty oder der Einsatz anderer erweiterter Trackingverfahren durch Skripteinsatz müssen styria digital one im Vorfeld mitgeteilt und abgestimmt werden. styria digital one behält sich vor diese Art von Tracking abzulehnen
- + 3rd Party Adserving ist über 3rd Party Dienstleister möglich.
- + **Alle Werbemittel, 3rd Party Redirects, Tracking Codes und sonstige Scripte müssen immer Secure (HTTPS) angeliefert werden. Sollten im Werbemittel Elemente oder Tracking Scripts nachgeladen werden, so müssen auch diese von einem Secure (HTTPS) Server geladen werden.**

- + Bei mobile Redirect müssen die MRAID Standards erfüllt sein

—————> <http://www.iab.net/mraid>

- + Unter Einhaltung der allgemeinen Richtlinien und Spezifikationen können Streaming - Videos auch auf eigenen/ 3rd Party Servern gehostet werden. Voraussetzung ist die Bereitstellung einer eigenen Player-Technologie.
- + Bitte beachten Sie, dass für Streaming-Formate dieselben Richtlinien (Größe/ Gewicht) wie bei den Werbemitteln ohne Streaming gelten.
- + Die Streaming-Lösung sollte die Möglichkeit der Bandbreitenabfrage beinhalten, um dem User eine optimale Qualität des Streamings zu gewährleisten. Wird das Werbemittel ohne Bandbreitenabfrage angeliefert, begrenzt styria digital one die Auslieferung auf Breitband - Nutzer.

Technische Spezifikationen



HTML5

Technische Anforderungen für den Einsatz von html5

html5 Werbemittel bestehen wie Webseiten aus mehreren Elementen die in einem File zusammengeführt und komprimiert werden. Diese sind:

- + html - Files
- + CSS
- + Libraries (Javascript, JQuery,...)
- + Bilder
- + Videos

Die Anlieferung des html5 - Werbemittels erfolgt als komprimiertes [Zip-Archiv](#), das alle Elemente des Werbemittels in einem Ordner (keine Ordnerstruktur) enthalten muss, ausgenommen extern zugeladenen Libraries oder Fonts. Im Zip-Archiv muss eine index.html - Datei existieren (Hauptdatei) und alle eingebundenen Skripts und Elemente müssen relativ verlinkt sein.

Namenskonvention von Dateinamen: Sämtliche verwendete Dateien dürfen ausschließlich in Kleinbuchstaben und mit Underscores (_) oder Bindestrichen (-) getrennt werden – jedoch keine zusätzlichen Piktationen enthalten.

Beispiel: Richtig: `<script src="query.js">` Falsch: `<script src="query.min.js">`



Technische Anforderungen für den Einsatz von html5

- + Das Werbemittel/Datei-Gewicht inkl. aller Elemente wie Unterverzeichnisse/ Libraries/ CSS/ Bilder (*.zip - Archiv) darf entpackt 150kb nicht überschreiten. Die Einbindung von Elementen wie Fonts, Bibliotheken (inkl. standardisierte Libraries wie create.js, GSAP und Velocity.js) und Videos sind ebenfalls zur der max. Dateigröße dazu zu rechnen.
- + Es ist ausschließlich auf stationären Geräten erlaubt mittels Polite Download, zuerst eine kleinere Initial-Datei zu laden, die nach dem vollständigen Laden der Seite eine größere Datei (bis zu 2,5 mb) nachlädt (z.B. Video, Grafik). Nachgeladene Inhalte, die das allgemein max. zulässige Dateigewicht von 150kb überschreiten, müssen auf externen Servern gehostet werden und dürfen im *.zip Archiv nicht enthalten sein.

—————> [Mehr Informationen zu nachladenden Werbemittel](#)

- + Die Anzahl der Files/Elemente eines html5 Werbemittels ist so gering wie möglich zu halten, um die Serverprozesse/Anfragen (Serverrequests) zu minimieren. Dazu sind Compilerungsmethoden des Codes und Code Zusammenfassungen in einem File anzuwenden.
- + Bei Verwendung von third party tags müssen alle Bestandteile als ssl-Verschlüsselung (secure tags – https) hinterlegt sein.

—————> [Mehr Informationen zu secure tags](#)

- + Bei Animationen ist darauf Acht zu geben, dass diese den Client CPU nicht unnötig belasten. Mehrere parallel laufende Animationen und überlappende transparente Grafiken sind zu vermeiden. Der Einsatz von CSS3 oder Javascript Animationen ist mit Bedacht auf die CPU und GPU Auslastung zu wählen.

Clicktag für html5

Folgende [Schreibweise](#) ist für den Clicktag anzuwenden: [clicktag](#)

Die folgenden Codezeilen sind in das html5-Werbemittel zur Übergabe der Clicktags zu integrieren. Die Funktion liefert alle GET Parameter zurück, die an die Datei übergeben werden. Das Zielattribut von `<href>`-Tags muss `"_blank"` sein.

Es sind max. 3 clicktags pro Werbemittel zulässig.

Test der clicktag-GET-Parameter für Übergabe an das Werbemittel

Die Werbemittel sollen von der Kreativagentur auf funktionierende clicktag-Übergabe getestet werden, damit unnötige Feedbackschleifen ausgeschlossen werden können.

Test: `html5werbemittel.html?clicktag=%LANDINGPAGE%`

`%LANDINGPAGE%` ist mit einer Testzielseite zu ersetzen und muss URL-encoded übergeben werden (`encodeURIComponent`-Funktion)

Codebeispiel:

```
<html>
<head>
<meta charset="utf-8">
<title>Unbenanntes Dokument</title>
<script>
var getUriParams = function() {
    var query_string = {};
    var query = window.location.search.substring(1);
    var parmsArray = query.split('&');
    if(parmsArray.length <= 0) return query_string;
    for(var i = 0; i < parmsArray.length; i++) {
        var pair = parmsArray[i].split('=');
        var val = decodeURIComponent(pair[1]);
        if (val != '' && pair[0] != '') query_string[pair[0]] = val;
    }
    return query_string;
};
</script>
</head>
<body bgcolor="#F7A409" >

<a href="#clicktag" id="IAB_clicktag" target="_blank">IAB clicktag</a>
<a href="#clicktag2" id="IAB_clicktag2" target="_blank">IAB clicktag2</a>

<script>

    document.getElementById('IAB_clicktag').setAttribute('href', getUriParams.clicktag);
    document.getElementById('IAB_clicktag2').setAttribute('href', getUriParams.clicktag2);
</script>

</body>
</html>
```

Clicktag in html5 Werbemittel für Apps

Bei HTML5 Werbemittel für Apps, welche physisch oder als Streaminglink angeliefert werden, muss das Werbemittel direkt (ohne clickTag Implementierung) auf "sas:click" verlinken.

Die Klicks werden zusammengezählt ausgewertet. Sollen die Klicks getrennt ausgewertet werden, müssen separate Adserver-Clickcommands integriert werden.

Beispiel: `Link`

Falls die clicktag-Einbindung lt. IAB Standards gewünscht ist, muss die Click-Counting Library von SMART Adserver im `<head>` Bereich der index.html integriert sein.

Vorgangsweise beruht auf den aktuellsten IAB Empfehlungen

Codebeispiel:

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <title>html5 multi clicktag</title>
  <script src="//ns.sascdn.com/diff/templates/js/banner/sas-clicktag-3.0.js">
  </script>
  <meta content="width=device-width, initial-scale=1.0, maximum-scale=1.0" name="viewport">
  <style>
    body{width:300px;height:600px;margin:0;padding:0;}
    #main-container{width:300px;height:600px;cursor:pointer;}
    #click-area1{background-color:red;height:150px;display:block;}
    #click-area2{background-color:blue;height:150px;display:block;}
    #click-area3{background-color:yellow;height:150px;display:block;}
    #click-area4{background-color:black;height:150px;display:block;}
  </style>
</head>
<body>
  <script type="text/javascript">
    var clickTag0 = "http://smartadserver.com";
    var clickTag1 = "http://google.com";
    var clickTag2 = "http://wp.pl";
    var clickTag3 = "http://onet.pl";
  </script>
```

```
<div id="main-container">
  <a id="click-area1"></a> <a id="click-area2"></a>
  <a id="click-area3"></a> <a id="click-area4"></a>
</div>
<script type="text/javascript">
  var clickArea1 = document.getElementById("click-area1");
  clickArea1.onclick = function(){
    window.open(clickTag0, "blank")
  }
  var clickArea2 = document.getElementById("click-area2");
  clickArea2.onclick = function(){
    window.open(clickTag1, "blank")
  }
  var clickArea3 = document.getElementById("click-area3");
  clickArea3.onclick = function(){
    window.open(clickTag2, "blank")
  }
  var clickArea4 = document.getElementById("click-area4");
  clickArea4.onclick = function(){
    window.open(clickTag3, "blank")
  }
</script>
</body>
</html>
```

→ <http://www.iab.net/media/file/HTML5DAv101.pdf>
2.4 Ad Server Compatibility, Seite 11

Bei Werbemittel mit einer single Klick-URL:

```
<script>
  var clickTag = "http://www.theclickthroughurl.com";
</script>
```



Backupimage, Browserkompatibilität

Sollte ein Browser ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen, welches im Werbemittel Anwendung findet, so soll ein im Werbemittel definiertes Fallback jpeg/gif ausgespielt werden. Sollte kein Fallback angeliefert werden, behält sich styria digital one das Recht vor, einen Screenshot des Werbemittels zu erstellen und als Fallback auszuliefern. Dies gilt insbesondere für Auspielungen auf mobile Endgeräten. (z.B. iPad).

Für den Fall, dass keine animated gif angezeigt werden kann (z.b. ältere Android Geräte) sollte die Werbebotschaft im ersten Frame ersichtlich sein.

Wenn das Werbemittel zum Beispiel nicht von IE 9 unterstützt wird ist vorzusehen, dass in diesem Browser das Fallback angezeigt wird. Die Werbemittel sind seitens der Kreativagentur auf allen gängigen Browsern zu testen und etwaige auszuschließende Browser dem Vermarkter mitzuteilen.

Sound

Ton im Werbemittel darf nicht automatisch starten. Die Zuschaltung ist jedoch durch eine Interaktion des Nutzers möglich. Im Ausgangsstadium muss der Ton auf „off“ gestellt werden. Sounds dürfen nicht im Loop integriert werden.

Variante 1: Der Nutzer muss aktiv einen Button im Werbemittel klicken, um den Sound zu starten. Mit einem weiteren Klick stoppt der Sound wieder.

Variante 2: Der Sound startet, sobald der User den Mauszeiger über das Werbemittel bewegt. Wenn der Mauszeiger das Werbemittel verlässt, stoppt der Sound automatisch.

Die maximale Lautstärkenregelung im Werbemittel muss angemessen sein und darf -9dBFS nicht überschreiten.

Anforderungen Audiocodex an unterschiedliche Video Formate wobei der Videocodex H264 von styria digital one empfohlen wird:

Videocodex	Audiocodex	Container	Bitrate
H264	AAC oder PCM Little Endian	.mov/.mp4	> 20 mbit/s
MPEG2	MPEG Audio	.mpg	8-10 mbit/s
Animation, Apple Quick Time RLE	-	.mov	> 20 mbit/s
Apple ProRes	Little Endian	.mov	> 120 mbit/s
24bits RGB (RV24)	PCM Little Endian	.avi	> 100 mbit/s
WMV	WMA	.wmv	> 8 mbit/s





Video

- + Die Dateien dürfen nicht mittels DRM geschützt sein.
- + Bitte berücksichtigen Sie, dass das Videomaterial ohne vor oder nachgelagerten Leerlauf (z.B. technischer Vorspann, schwarze, weiße oder sonstige leere Frames) angeliefert werden muss. Für einen optimalen Werbeeffect startet und endet der Spot mit Bild und Ton.
- + Je Kampagne dürfen maximal 3 TV - Spots angeliefert werden.
- + Das Video - Streaming muss sich zu jeder Zeit schließen/ stoppen lassen und den Download des Streams sofort beenden. Als Steuerelemente empfehlen wir folgende Schaltflächen: "Stop" - , "Pause/ Play" - sowie einen "Ton an/ aus" - Button.
- + Verlinkung: Die ganze Fläche des Videos wird verlinkt, dies passiert in einem eigenen Layer durch das Medium – das Werbevideo muss daher ohne Definition des Links angeliefert werden. Der Ziel-Link muss mit der Video-Datei angeliefert werden.

Videos im html5 Werbemitteln

Videos in html5 Werbemitteln werden über den Tag `<video></video>` eingebunden. Ads mit Videos sind mit einem Previewbild zu versehen, das Video startet sobald es geladen ist bzw. durch User Interaktion auf den meisten mobilen Endgeräten.

Zu beachten ist, dass auf Videos auf mobilen Endgeräten keine Clicktags gelegt werden können. Der Clicktag muss auf einer Fläche außerhalb des Videos hinterlegt werden.

Das Video muss hinsichtlich Qualität und Dateigröße optimiert werden und ist in einer geeigneten Serverumgebung zu streamen.

Das Video ist sowohl in H264/mp4 als auch in VP8/WebM zur Verfügung zu stellen.

Codebeispiel:

```
<video controls height='640' width='360'>  
  <source src='yourVideo.mp4' type='video/mp4' />  
  <source src='yourVideo.webm' type='video/webm' />  
</video>
```



In- & Outstream Werbeformate

1. Anlieferung eines bereits encodierten Spots (Instream und Outstream)

Format: .mp4
Codec: vp8/h264
Videogröße: mind. 640x360 (16:9) oder mind. 640x480 (4:3)
Gesamt-Bitrate: 750 kbps - 1 mbps
Farbintensität: 32-bit
Framerate: 25 fps
Dateigröße: abhängig vom Werbemittel (siehe Werbemittel-Spezifikation)

2. Anlieferung eines VAST-Redirects (Instream und Outstream)

Auch bei Video-Werbeformen abseits von Standardformaten sind Redirect-Schaltungen möglich.
Hierzu wird auf den VAST-Standard des IAB.net zurückgegriffen:

 <http://www.iab.net/vast>

Format: .mp4
Codec: vp8/h264
Videogröße: mind. 640x360 (16:9) oder mind. 640x480 (4:3)
Gesamt-Bitrate: 750 kbps - 1 mbps
Farbintensität: 32-bit
Framerate: 25 fps
Dateigröße: abhängig vom Werbemittel (siehe Werbemittel-Spezifikation)

Nachladende Werbemittel bzw. Werbemittel mit Video-Inhalten

Werbemittel, die zusätzlichen Inhalt nachladen, müssen dies vom Adserver des Kunden auf dessen Kosten tun, dabei gilt zum Schutz der User ein maximales Nachladen von 300 kb. Im Werbeformat integrierte Streams übertragen interaktiv Video- und Audiobotschaften. Diese Werbeformen eignen sich beispielsweise für TV-Spots oder Trailer, die in der Werbeform dargestellt werden. Typischerweise erfolgt das Streaming durch den Werber, nachdem der Benutzer eine Aktion getätigt hat, um das Ladevolumen beim Anzeigen der Werbung gering zu halten. Es gelten je nach Website unterschiedliche Regeln für die Integration von Streams.

Polite Download: Bei Polite Download handelt es sich um eine Technik, zuerst eine kleinere Initial-Datei zu laden, die nach dem vollständigen Laden der Site eine größere Datei (bis zu 2,5 mb) nachlädt (z.B. Video, Grafik).

- + Alternativ lässt sich dieser Nachlade-Vorgang auch nach 5-10 Sek. nach dem Initial-laden starten oder auf User-Aktion (Click auf Button, mouseOver).
- + Beim Nachladen sollte auch eine Unterscheidung zwischen Schmal - und Breitbanduser erfolgen (insbesondere für Videos).
- + Grundsätzlich gilt aber, das Nachladen darf nicht sofort nach dem Initial-laden stattfinden sondern nach oben genannten Vorgaben.
- + Anlieferung über 3rd - Party ist bei Einhaltung der o.g. Vorgaben auch möglich.

Besonderheiten bei Content- überlagernden Werbeformen (z.B. Layer-, Flap- und Pushdown Formaten)

Bei [Layer Ads](#) (Interstitials) muss nur die „close“ Funktion integriert werden. Dazu muss ein deutlich erkennbarer „Schließen“- oder „Close“-Button im Werbemittel integriert werden. Dieser Button muss klar erkennbar, nicht auf transparentem Hintergrund und in unmittelbarer Nähe zur Werbeform rechts oben positioniert sein. Zusätzlich müssen Layer Ads nach 7 Sekunden automatisch geschlossen werden und die Funktion „close“ aufgerufen werden. Der Layer darf nicht im Loop laufen.

Beim Laden des [Flap Banners](#) kann der Flap-Bereich automatisch für max. 2 Sekunden auf bis zu 400px aufklappen (autoexpand) und dabei den vollen Inhalt anzeigen. Nach max. 2 Sekunden muss sich der Inhalt auf die Standard-Bannergröße zurückziehen. Fährt der User mit seiner Maus über das Standard- Werbemittel, dann kann das Werbemittel auf die volle Größe ausklappen. Verlässt der User diesen Bereich (mouseout), so muss sich das Flap-Werbemittel wieder auf seine Standardgröße reduzieren.

Der [Pushdown-Banner](#) darf sich max. auf eine Höhe von 400 px vergrößern.

Bei automatischem Pushdown öffnet sich das Großformat beim Besuch der Seite, schiebt die gesamte Seite nach unten und schafft so mehr Platz für die Werbung. Interaktiv kann diese Fläche per Mouse-Over jederzeit durch den Nutzer neu aufgeklappt werden.

Die Animationszeit des Push down Ads darf max. 7 Sekunden betragen. Danach muss sich die Werbeform automatisch schließen (Auto - Close)/zurückfahren. Der wiederholte Aufklapp - Effekt darf nur auf Interaktion mouseover/ mouseout des Nutzers erfolgen. Bei nicht automatischem Pushdown kann das Werbemittel geklickt werden.

Die Einbindung von 3rd Party Tags ist ausgeschlossen.

Real time advertising

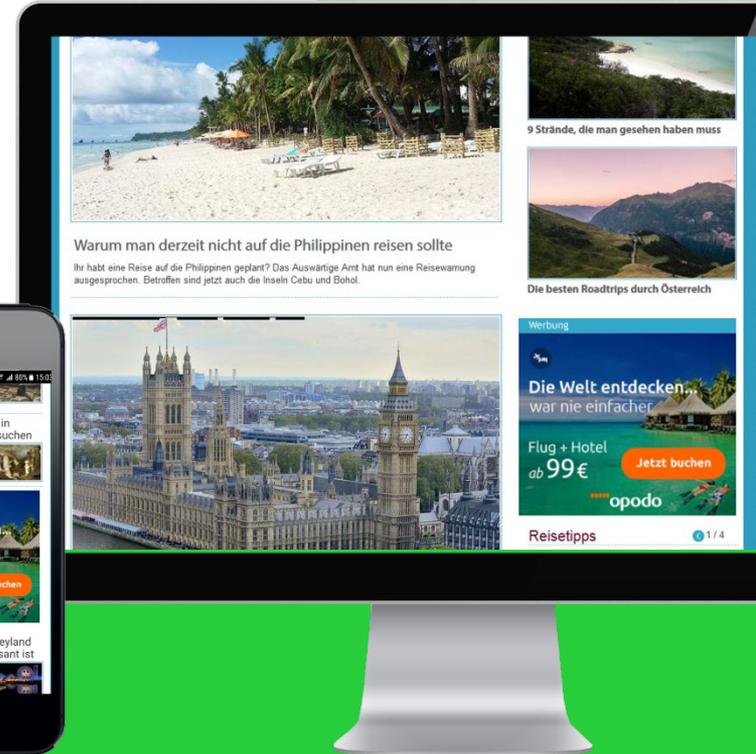
- + Dateiformat: jpeg, png, gif, html5
- + Die Ziel-URL muss Secure sein (https).
- + Das Zielattribut von <href>-Tags muss "_blank" sein.
- + Größe des Werbemittels als .zip-Archiv: 150 kb

Werbemittelspezifikationen

Desktop & Mobile

Medium Rectangle (UAP)

- + Platzierung im redaktionellen Umfeld
- + Platzierung im Blickfeld
- + Redaktionelle Wirkungsverknüpfung möglich
- + Contentbereich, gut geeignet für kreative oder gestreamte Kampagnen (TV Spot)



Medium Rectangle (UAP)

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
300x250	70 kb 150 kb (html5) (gofeminin.at 60 kb)	png, jpeg, gif, html5, third party tag	<p>Desktop</p> <ul style="list-style-type: none">+ allesauto.at+ arboe.at+ besserlaengerleben.at+ besserlaengerleben.de+ bike-magazin.de+ DiePresse.com+ diva-online.at+ du-bist-der-teamchef.at+ fttr.at+ geizhals.at+ gofeminin.at+ ichkoche.at+ ichreise.at+ kleinezeitung.at+ kochrezepte.at+ liferadio.at+ ligaportal.at <ul style="list-style-type: none">+ Media In Progress-Netzwerk (jobwohnen.at, jungmediziner.net, studenteninserate.at, wuball.at)+ onvista.de+ spox.com/at+ tour-magazin.de+ volume.at+ Webedia-Netzwerk (filmstarts.de, gamestar.de, gamepro.de, mein-mmo.de, moviepilot.de, ninotaku.de)+ welovefamily.at+ wetter.tv-Netzwerk (burzoweinfo.pl, meteoalert.ro, meteonews.ch, metva.cz, unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv)+ wienerin.at+ wogibtswas.at

Medium Rectangle (UAP)

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
300x250	70 kb 150 kb (html5) (gofeminin.at 60 kb)	png, jpeg, gif, html5, third party tag	<p>Mobile</p> <ul style="list-style-type: none">+ allesauto.at+ DiePresse.com+ gofeminin.at+ ichkoche.at+ ichreise.at+ kleinezeitung.at+ kochrezepte.at+ ligaportal.at+ onvista.de <p>+ spox.com/at</p> <p>+ volume.at</p> <p>+ Webedia-Netzwerk (filmstarts.de, gamestar.de, gamepro.de, mein-mmo.de, moviepilot.de, ninotaku.de)</p> <p>+ welovefamily.at</p> <p>+ wienerin.at</p> <p>+ wogibtswas.at</p> <hr/> <p>Apps</p> <ul style="list-style-type: none">+ DiePresse App+ ichkoche App <p>+ Kleine Zeitung App</p> <p>+ Ligaportal App</p> <p>+ Wogibtswas App</p>

Superbanner (UAP)

- + Der Superbanner befindet sich am Kopf der Seite und somit direkt im Sichtfeld des Lesers.
- + Stört Lesefluss des Lesers nicht



Superbanner (UAP)

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

728x90

70 kb
150 kb (html5)
(gofeminin.at 50 kb)

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

Desktop

- + allesauto.at
- + arboe.at
- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + bike-magazin.de
- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + du-bist-der-teamchef.at
- + ftr.at
- + geizhals.at
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at
- + kochrezepte.at
- + liferadio.at
- + ligaportal.at

Tablet Apps

- + DiePresse App
- + Kleine Zeitung App
- + Wogibtswas App
- + Die Presse Windows 8 App

- + Media In Progress-Netzwerk
(bokuwiese.at, jobhimmel.at,
jobwohnen.at, jungmediziner.net,
lbtforum.at, skriptefix.at,
studenteninserate.at)
- + onvista.de
- + spox.com/at
- + tour-magazin.de
- + volume.at
- + Webedia-Netzwerk
(filmstarts.de, gamestar.de,
gamepro.de, mein-mmo.de,
moviepilot.de, ninotaku.de)
- + welovefamily.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(burzoweinfo.pl, meteoalert.ro,
meteonews.ch, metva.cz, unwetter.ch,
uwr.de, wetter.tv)
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Superbanner XL

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
960x100	70 kb 150 kb (html5)	png, jpeg, gif, html5, third party tag	<p>Desktop</p> <ul style="list-style-type: none">+ allesauto.at+ arboe.at+ besserlaengerleben.at+ besserlaengerleben.de+ DiePresse.com+ diva-online.at+ du-bist-der-teamchef.at+ ftr.at+ geizhals.at+ gofeminin.at+ ichkoche.at+ ichreise.at+ kleienzeitung.at+ kochrezepte.at <ul style="list-style-type: none">+ liferadio.at+ ligaportal.at+ Media In Progress-Netzwerk (bokuwiese.at, jobhimmel.at, jobwohnen.at, lbtforum.at)+ onvista.de+ spox.com/at+ volume.at+ welovefamily.at+ wetter.tv-Netzwerk (burzoweinfo.pl, meteoalert.ro, meteonews.ch, metva.cz, unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv)+ wienerin.at+ wogibtswas.at

Halfpage Ad

- + Direkt im Sichtfeld
- + Stört Lesefluss des Users nicht
- + Erhöhte Aufmerksamkeit durch die großflächige Präsenz



Halfpage Ad

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

300x600

Parallax-Effekt (Understital)
optional möglich

+ Alle wichtigen Infos (Call To Action Button, etc.) sollten sich im oberen Bereich des Werbemittels (300x374 Pixel) befinden, die unteren 300x226 Pixel werden je nach Gerätegröße angezeigt.

Wir empfehlen die physische Anlieferung als *.jpg, *.gif oder *.png File, da das korrekte Resizing je nach Bildschirmhöhe des Devices autom. von SMART Adserver übernommen wird.

70 kb

150 kb (html5)

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

png, jpeg, gif, html5

Desktop

+ allesauto.at
+ arboe.at
+ besserlaengerleben.at
+ besserlaengerleben.de
+ bike-magazin.de
+ DiePresse.com
+ diva-online.at
+ du-bist-der-teamchef.at
+ freshclip.de
(fein-gekocht.de, promivideo.de)
+ fttr.at
+ geizhals.at
+ gofeminin.at
+ Golf Media
(golfdirect.de, golf-baden-wuerttemberg.de, golf-live.at, golf-genuss.de, golfland-baden-wuerttemberg.de, golfparadise.com, golffrage.at, golfsportmagazin.de, golftime.de)
+ ichkoche.at
+ ichreise.at
+ immobilienscout24.at
+ immobilien.net

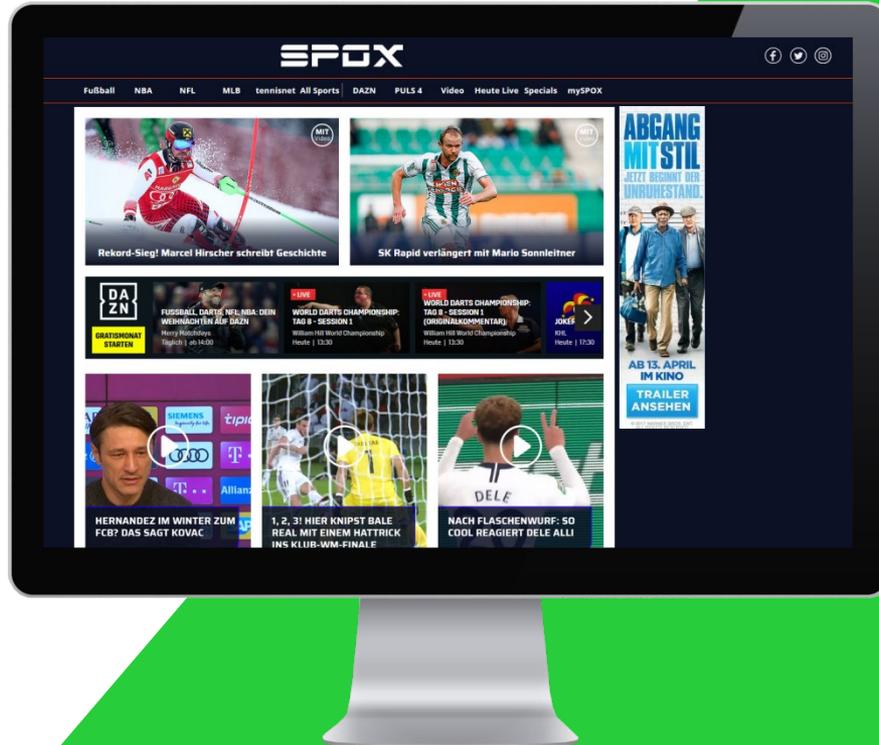
+ immodirekt.at
+ immosuchmaschine.at
+ kleinezeitung.at
+ kochrezepte.at
+ liferadio.at
+ ligaportal.at
+ Media In Progress-Netzwerk
(ag-wu.at, bokuwiese.at, jobhimmel.at, jobwohnen.at, lbtforum.at, oeh-wu.at, skriptefix.at, studenteninserate.at)
+ onvista.de
+ spox.com/at
+ tour-magazin.de
+ volume.at
+ Webedia-Netzwerk
(filmstarts.de, gamestar.de, gamepro.de, mein-mmo.de, moviepilot.de*, ninotaku.de)
+ welovefamily.at
+ wetter.tv-Netzwerk
(burzoweinfo.pl, meteoalert.ro, meteonews.ch, metva.cz, unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv)
+ wienerin.at
+ wogibtswas.at

Halfpage Ad

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<p>300x600</p> <p>Parallax-Effekt (Understitial) optional möglich</p> <ul style="list-style-type: none">+ Alle wichtigen Infos (Call To Action Button, etc.) sollten sich im oberen Bereich des Werbemittels (300x374 Pixel) befinden, die unteren 300x226 Pixel werden je nach Gerätegröße angezeigt. <p>Wir empfehlen die physische Anlieferung als *.jpg, *.gif oder *.png File, da das korrekte Resizing je nach Bildschirmhöhe des Devices autom. von SMART Adserver übernommen wird.</p>	<p>70 kb</p> <p>150 kb (html5)</p>	<p>png, jpeg, gif, html5, third party tag</p> <p>png, jpeg, gif, html5</p>	<p>Mobile</p> <ul style="list-style-type: none">+ allesauto.at+ DiePresse.com+ fttr.at+ gofeminin.at+ ichkoche.at+ ichreise.at+ kleinezeitung.at+ kochrezepte.at+ ligaportal.at <ul style="list-style-type: none">+ onvista.de+ spox.com/at+ volume.at+ Webedia-Netzwerk (filmstarts.de, gamestar.de, gamepro.de, mein-mmo.de, moviepilot.de*, ninotaku.de)+ welovefamily.at+ wienerin.at+ wogibtswas.at <p>Apps</p> <ul style="list-style-type: none">+ Kleine Zeitung App+ Die Presse App+ Wogibtswas App

Skyscraper (UAP)

- + hohe Aufmerksamkeit durch prominente Platzierung rechts neben dem Content
- + direkt im Sichtfeld im rechten Randbereich platziert
- + stört Lesefluss des Users nicht



Skyscraper (UAP)

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

160x600

70 kb
150 kb (html5)
(gofeminin.at 50 kb)

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

windows8 Apps
png, jpeg, gif

Desktop

- | | |
|---|--|
| + allesauto.at | + immodirekt.at |
| + arboe.at | + immosuchmaschine.at |
| + besserlaengerleben.at | + kleinezeitung.at |
| + besserlaengerleben.de | + kochrezepte.at |
| + bike-magazin.de | + liferadio.at |
| + DiePresse.com | + ligaportal.at |
| + diva-online.at | + Media In Progress-Netzwerk
(ag-wu.at, bokuwiese.at, jobhimmel.at,
jobwohnen.at, lbtforum.at, oeh-wu.at,
skriptefix.at, studenteninserte.at) |
| + du-bist-der-teamchef.at | + onvista.de |
| + freshclip.de
(fein-gekocht.at, promivideo.de) | + spox.com/at |
| + fttr.at | + tour-magazin.de |
| + geizhals.at | + volume.at |
| + gofeminin.at | + Webedia-Netzwerk
(filmstarts.de, gamestar.de,
gamepro.de, mein-mmo.de,
moviepilot.de*, ninotaku.de) |
| + Golf Media
(golfdirect.de, golf-baden-
wuerttemberg.de, golf-live.at, golf-
genuss.de, golfland-baden-
wuerttemberg.de, golfparadise.com,
golfrange.at, golfsportmagazin.de,
golftime.de) | + welovefamily.at |
| + ichkoche.at | + wetter.tv-Netzwerk
(burzoweinfo.pl, meteoalert.ro,
meteonews.ch, metva.cz, unwetter.ch,
uwr.de, wetter.tv) |
| + ichreise.at | + wienerin.at |
| + immobilienscout24.at | + wogibtswas.at |
| + immobilien.net | |

Apps Tablet

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| + DiePresse App | + Wogibtswas App |
| + Kleine Zeitung App | + Die Presse Windows 8 App |

Overslide

Das Werbemittel schiebt sich von rechts in den Bildschirmbereich und überlagert den Content.

→ Zur Preview



Overslide

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

160x600

70 kb
150 kb (html5)
(gofeminin.at 40 kb)

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

Desktop

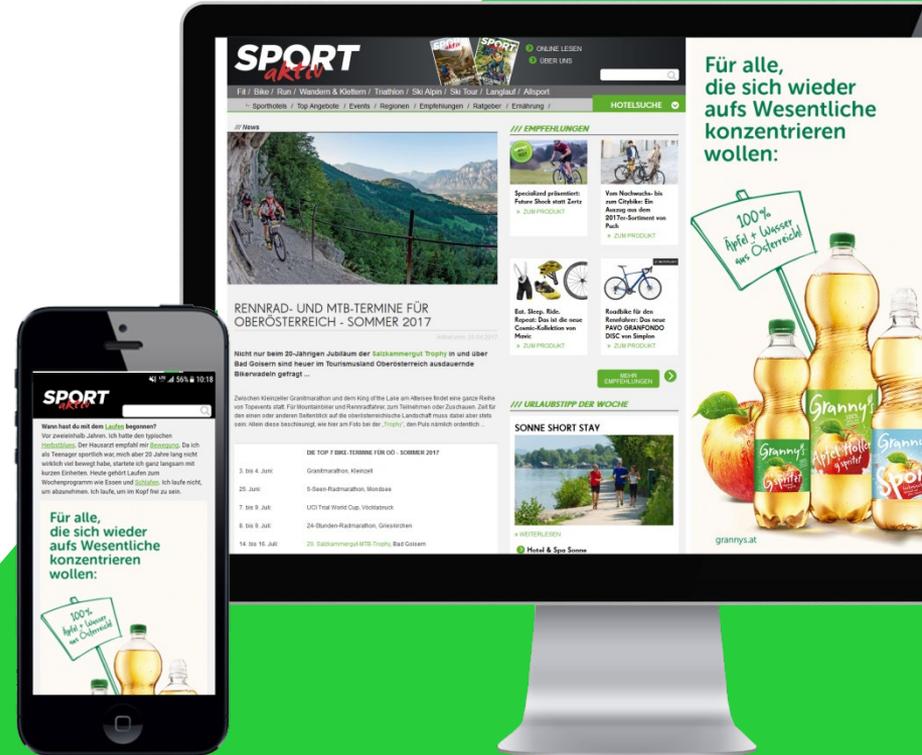
- + arboe.at
- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + du-bist-der-teamchef.at
- + ftrr.at
- + geizhals.at
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at
- + kochrezepte.at
- + liferadio.at
- + ligaportal.at
- + onvista.de
- + promivideo.de
- + volume.at
- + welovefamily.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(burzoweinfo.pl, meteoalert.ro,
meteonews.ch, metva.cz, wetter.tv)
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Mobile

- + DiePresse.com
- + du-bist-der-teamchef.at
- + ftrr.at
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at
- + kochrezepte.at
- + ligaportal.at
- + onvista.de
- + spox.com/at
- + volume.at
- + welovefamily.at
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Sitebar

- + Die Sitebar ist auch sichtbar, wenn die Seite gescrollt wird
- + Optimale Darstellung durch Anpassung des Seitenformats
- + Durch seine Maße zieht er die Aufmerksamkeit der Leser auf sich und lässt viel Raum für Werbebotschaften.



Sitebar

Abmessungen (BxH)

300x600 skalierbar

Parallax-Effekt (Understitial)
optional möglich

- + Alle wichtigen Infos (Call To Action Button, etc.) sollten sich im oberen Bereich des Werbemittels (300x374 Pixel) befinden, die unteren 300x226 Pixel werden je nach Gerätegröße angezeigt.
- Wir empfehlen die physische Anlieferung als *.jpg, *.gif oder *.png File, da das korrekte Resizing je nach Bildschirmhöhe des Devices autom. vom SMART Adserver übernommen wird.

Gewicht

70 kb
150 kb (html5)

Dateiformat

html5, third party tag

Buchungsmöglichkeit

Desktop

- + allesauto.at
 - + arboe.at
 - + besserlaengerleben.at
 - + besserlaengerleben.de
 - + bike-magazin.de
 - + DiePresse.com
 - + diva-online.at
 - + du-bist-der-teamchef.at
 - + freshclip.de
 - + (fein-gekoht.de, promivideo.de)
 - + fttr.at
 - + gofeminin.at
 - + Golf Media
 - + (golfdirect.de, golf-baden-wuerttemberg.de, golf-live.at, golf-genuss.de, golfland-baden-wuerttemberg.de, golfparadise.com, golfrange.at, golfsportmagazin.de, golftime.de)
 - + ichkoche.at
 - + ichreise.at
 - + immobilienscout24.at
 - + immobilien.net
 - + immodirekt.at
- + immosuchmaschine.at
 - + kleinezeitung.at
 - + kochrezepte.at
 - + liferadio.at
 - + ligaportal.at
 - + Media In Progress-Netzwerk
 - + (bokuwiese.at, jobhimmel.at, jobwohnen.at, lbforum.at, oeh-wu.at, skriptefix.at, studenteninserate.at)
 - + onvista.de
 - + spox.com/at
 - + tour-magazin.de
 - + volume.at
 - + Webedia-Netzwerk
 - + (filmstarts.de, gamestar.de, gamepro.de, mein-mmo.de, moviepilot.de*, ninotaku.de)
 - + welovefamily.at
 - + wetter.tv-Netzwerk
 - + (burzoweinfo.pl, meteoalert.ro, meteonews.ch, metva.cz, unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv)
 - + wienerin.at
 - + wogibtswas.at

Die Sitebar belegt am Desktop die freie Fläche im Browser rechts vom Content, dynamisch in der Proportion 1:2. (100% dynamisch skalierend) Die Sitebar wird, je nach Auflösung, aufgrund der automatischen Skalierung auf bis zu einen Pixel verkleinert. Wir empfehlen den Werbemittelinhalt auf eine Größe von 500x1000 px zu optimieren. Für eine optimale Darstellung innerhalb der frei zur Verfügung stehenden Fläche empfehlen wir kein festes Seitenverhältnis zwischen Höhe und Breite. Auf der mobilen Version wird das Werbemittel als Halfpage Ad ausgespielt.

Sitebar

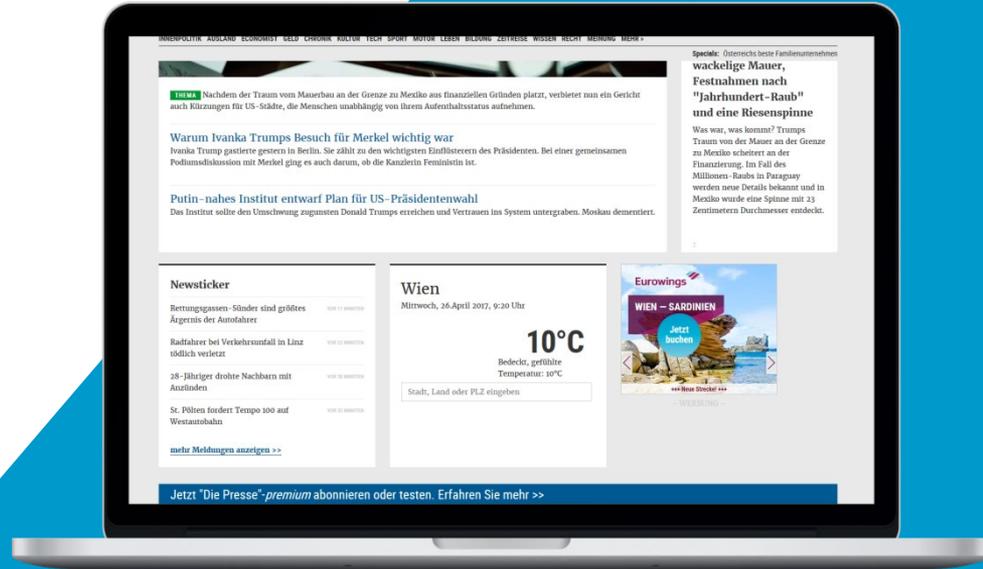
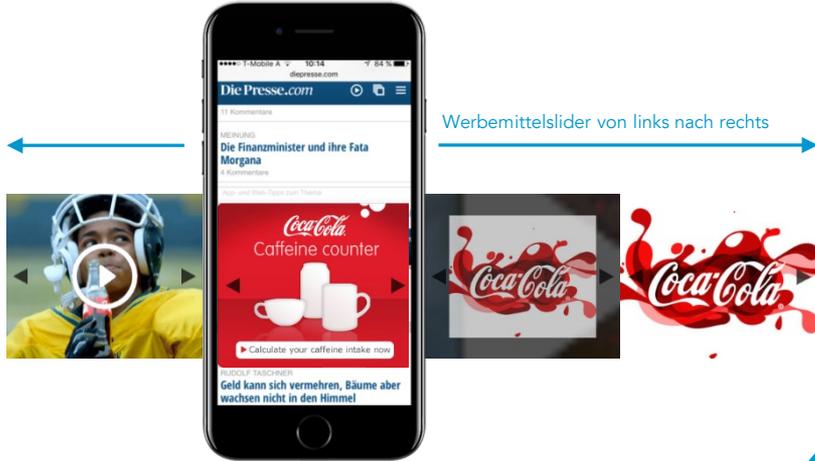
Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<p>300x600 skalierbar</p> <p>Parallax-Effekt (Understital) optional möglich</p> <p>+ Alle wichtigen Infos (Call To Action Button, etc.) sollten sich im oberen Bereich des Werbemittels (300x374 Pixel) befinden, die unteren 300x226 Pixel werden je nach Gerätegröße angezeigt.</p> <p>Wir empfehlen die physische Anlieferung als *.jpg, *.gif oder *.png File, da das korrekte Resizing je nach Bildschirmhöhe des Devices autom. vom SMART Adserver übernommen wird.</p>	<p>70 kb 150 kb (html5)</p>	<p>html5, third party tag</p>	<p>Mobile</p> <ul style="list-style-type: none"> + allesauto.at + DiePresse.com + ftr.at + gofeminin.at + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + ligaportal.at <ul style="list-style-type: none"> + onvista.de + spox.com/at + volume.at + Webedia-Netzwerk (filmstarts.de, gamestar.de, gamepro.de, mein-mmo.de, moviepilot.de, ninotaku.de) + welovefamily.at + wienerin.at + wogibtswas.at <hr/> <p>Apps</p> <ul style="list-style-type: none"> + Kleine Zeitung App + DiePresse App + Wogibtswas App

Die Sitebar belegt am Desktop die freie Fläche im Browser rechts vom Content, dynamisch in der Proportion 1:2. (100% dynamisch skalierend) Die Sitebar wird, je nach Auflösung, aufgrund der automatischen Skalierung auf bis zu einen Pixel verkleinert. Wir empfehlen den Werbemittelinhalt auf eine Größe von 500x1000 px zu optimieren. Für eine optimale Darstellung innerhalb der frei zur Verfügung stehenden Fläche empfehlen wir kein festes Seitenverhältnis zwischen Höhe und Breite. Auf der mobilen Version wird das Werbemittel als Halfpage Ad ausgespielt.

Slideshow Ad

3-5 Bilder im Format eines Medium Rectangles werden zu einem Slider zusammengefasst. Diese Werbeform eignet sich besonders für Branding- und Awareness-Kampagnen. Ebenso ist sie ideal für Storytelling durch mehrere Fotos und Videos in einem Ad.

→ Zur Preview



Slideshow Ad

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

3-5 Slides
300x250

insgesamt 70 kb

jpeg
mp4

Desktop

- + allesauto.at
- + arboe.at
- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + du-bist-der-teamchef.at
- + ftr.at
- + geizhals.at
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at

- + kleinezeitung.at
- + kochrezepte.at
- + liferadio.at
- + ligaportal.at
- + onvista.de
- + promivideo.de
- + volume.at
- + welovefamily.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(burzoweinfo.pl, meteoalert.ro,
meteonews.ch, metva.cz, wetter.tv)
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

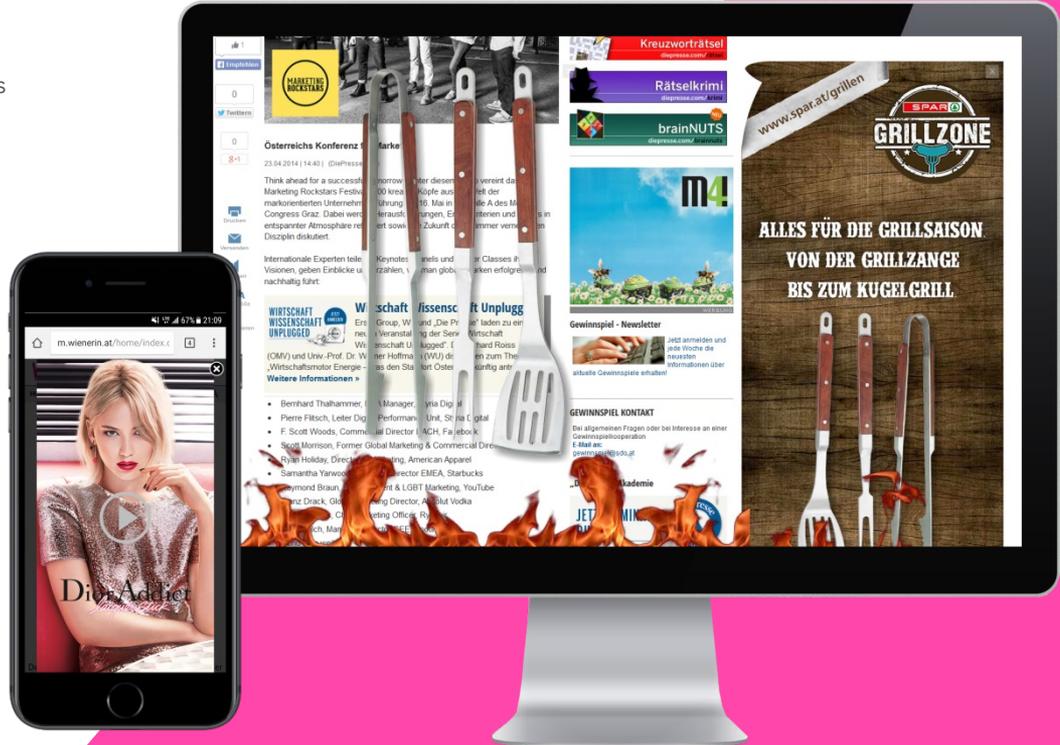
Mobile

- + allesauto.at
- + DiePresse.com
- + du-bist-der-teamchef.at
- + ftr.at
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at

- + kochrezepte.at
- + ligaportal.at
- + onvista.de
- + spox.com/at
- + volume.at
- + welovefamily.at
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Interstitials/Overlays

- + Bildschirmfüllend
- + schließt sich automatisch nach max. 7 Sek. oder aktiv mittels Close-Button
- + hohe Aufmerksamkeit durch massive Größe



Interstitials/Overlays

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit	
<p>skalierend, max. 400x400 Positionierung: mittig</p>	<p>70 kb 150 kb (html5)</p>	<p>png, jpeg, gif, html5, third party tag</p>	<p>Desktop</p> <ul style="list-style-type: none"> + arboe.at + besserlaengerleben.at + besserlaengerleben.de + DiePresse.com + diva-online.at + du-bist-der-teamchef.at + ftrr.at + geizhals.at + gofeminin.at + ichkoche.at 	<ul style="list-style-type: none"> + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + liferadio.at + ligaportal.at + volume.at + wetter.tv-Netzwerk (burzoweinfo.pl, meteoalert.ro, unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv) + wienerin.at + wogibtswas.at
<p>Responsive</p> <p>Bei Anlieferung als png, jpeg oder gif:</p> <p>Smartphone: 320x480 Tablet: 768x1024</p> <p>Seitenverhältnis für die read.it App iOS Geräte: 4:3 bzw. 3:4 Android Geräte: 16:9 bzw. 9:16</p>	<p>Smartphones 30 kb</p> <p>Tablets 70 kb</p>	<p>png, jpeg, gif, html5, third party tag</p>	<p>Mobile</p> <ul style="list-style-type: none"> + DiePresse.com + diva-online.at + ftrr.at + gofeminin.at + ichkoche.at + ichreise.at 	<ul style="list-style-type: none"> + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + ligaportal.at + spox.com/at + volume.at + wienerin.at + wogibtswas.at
			<p>Apps*</p> <ul style="list-style-type: none"> + Die Presse App + Kleine Zeitung App iOS (Android nicht möglich) 	<ul style="list-style-type: none"> + Ligaportal App + Read.it App

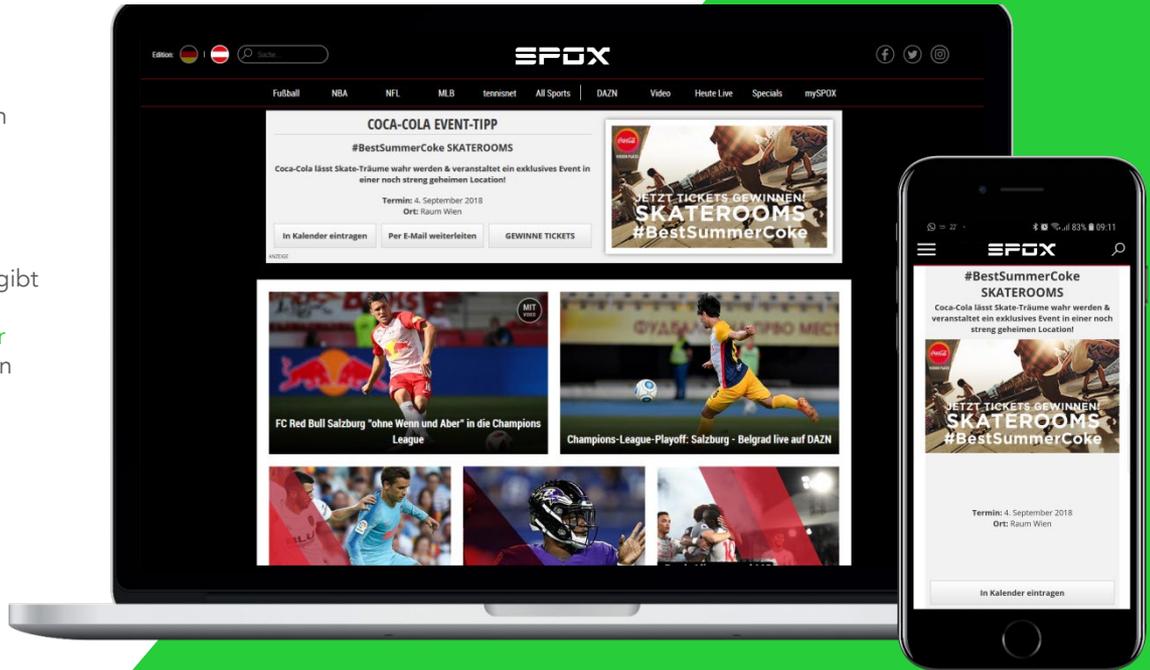
Calendar Ad

Das Format, das seinen Fokus zu 100% auf den Nutzen für den User legt.

Das innovative Sonderformat mit Servicecharakter zur Bewerbung von Aktionszeiträumen, Rabatt-Aktionen, Messen und Events, Filmpremieren etc.

FUNKTION:

Direkt im Werbemittel kann ein Video integriert werden (alternativ auch ein Imagebild) und dank html5-Technologie gibt es ein besonderes Zusatz-Feature: per Klick kann der Termin vom User direkt in seinen Kalender eingetragen, als Mail verschickt oder auf Facebook Freunden empfohlen werden.



Calendar Ad

Werbeform	Abmessungen (BxH)	Buchungsmöglichkeit		
Calendar Ad Billboard	950x250	Desktop + allesauto.at + besserlaengerleben.at + besserlaengerleben.de + DiePresse.com + diva-online.at + ftr.at	+ gofeminin.at + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + ligaportal.at + spox.com/at	+ volume.at + welovefamily.at + wetter.tv-Netzwerk (meteoalert.ro, unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv) + wienerin.at + wogibtswas.at
Calendar Ad Parallax-Effekt (Understital)	300x600	Mobile + allesauto.at + DiePresse.com + diva-online.at + ftr.at	+ gofeminin.at + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at	+ ligaportal.at + onvista.de + spox.com/at + volume.at + wienerin.at + wogibtswas.at

TEXT/ INHALTE:

- + **Header:** Event-Tipp/ Film-Tipp/ Aktion... + Kunden-Logo für Desktop-Variante
- + **Bezeichnung des Events:** z.B. Ejafjallajökull – Der unaussprechliche Vulkanfilm/ CONRAD Akkurace 2014/ Spielemesse etc.
- + **Kurztext** (abhängig von der Länge des Eventnamens): z.B. „Volles Programm für die ganze Familie. Eintritt frei!“
- + **Bild oder Video:** Embed Code für ein Youtube-Video (od. alternativer Streaming-Dienst wie Vimeo) – alternativ ein Imagebild im Querformat (Format: mind. 650x350; Auflösung: mind. 72 dpi)
- + **Zeitpunkt des Events** (bzw. für welchen Zeitpunkt soll die Erinnerungsfunktion im Kalender voreingestellt sein)
- + **Ort des Events**
- + **Weiterführende Links:** Facebook-Page für Empfehlung auf der FB-Timeline – alternativ: statt dem FB-Button ein Button mit „Zur Website“ o.Ä. und externem Link oder diesen dritten Button ganz weglassen

KALENDER-EINTRAG:

- + **Betreff:** z.B. Bezeichnung des Events, des Films, der Aktion
- + **Datum, Erinnerungsfunktion und Ort** wie oben
- + **Text** für „Notizen“ im Kalendereintrag: Kurzbeschreibung des Events 150 bis max. 300 Zeichen inkl. Leerzeichen (sonst rutscht der Link „Zum Kalender hinzufügen“ in den nicht sichtbaren Bereich)
- + **Weiterführende Links:** : Link zu einer Website mit weiteren Infos zum Event/zur Aktion (wird 1:1 unterhalb der Kurzbeschreibung übernommen, kann nicht als Hyperlink hinterlegt werden)

TEXT FÜR E-MAIL:

- + **Betreff:** z.B. Bezeichnung des Events, des Films, der Aktion
- + **E-Mail Text:** wie Notizen im Kalender-Eintrag, kann aber beliebig lang sein (z.B. Lust auf Kino? Dieser Film könnte dich interessieren... usw.)
- + **Weiterführende Links:** Link zu einer Website mit weiteren Infos zum Event/zur Aktion (wird 1:1 unterhalb der Kurzbeschreibung übernommen, kann nicht als Hyperlink hinterlegt werden)

Desktop only

Small Ads

Werbeform	Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
Button	180x50	70 kb 150 kb (html5)	png, jpeg, gif, html5, third party tag	Desktop + DiePresse.com + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + volume.at + wetter.tv-Netzwerk (meteoalert.ro, meteonews.ch, metva.cz)
Header	950x60	70 kb 150 kb (html5)	png, jpeg, gif, html5, third party tag	Desktop + DiePresse.com + ichkoche.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + volume.at + wetter.tv-Netzwerk (meteoalert.ro, meteonews.ch, metva.cz)

Fullbanner

- + Der Fullbanner befindet sich am Kopf der Seite und somit direkt im Sichtfeld des Lesers
- + einfaches Handling, etablierte Werbeform
- + Stört Lesefluss des Lesers nicht



Fullbanner

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

468x60

70 kb
150 kb (html5)

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

Desktop

- + allesauto.at
- + arboe.at
- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + du-bist-der-teamchef.at
- + geizhals.at
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + kleienzeitung.at
- + kochrezepte.at

- + liferadio.at
- + ligaportal.at
- + Media In Progress-Netzwerk
(bokuwiese.at, jungmediziner.at;
lbtforum.at)
- + onvista.de
- + volume.at
- + welovefamily.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(burzoweinfo.pl, meteoalert.ro,
meteonews.ch, metva.cz, unwetter.ch,
uwr.de, wetter.tv)
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Portrait Ad

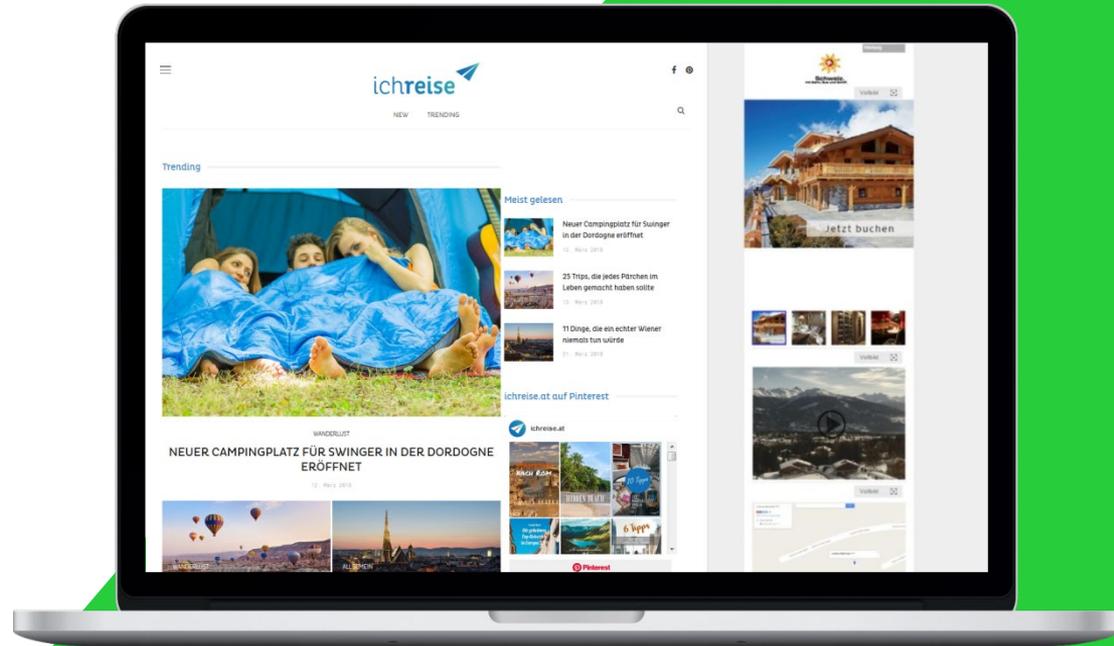
Das Portrait Ad kombiniert einzelne interaktive Werbemittel innerhalb nur eines Werbebanners miteinander und überzeugt durch seine Multi-Funktionalität.

Besteht aus 3 Modulen mit multimedialen Inhalten:

- + Bildergalerie
- + Videos z.B. youtube
- + Grafiken
- + Google Maps
- + Umfragen, etc.

Zusätzlich kann noch eine Logoleiste in das Werbemittel integriert werden.

→ Zur Preview



Portrait Ad

Abmessungen (BxH)

Logo: 270x40

Bildergalerie: 460x345
+ Thumbnail: 60x60 für jedes Bild

Frei definierbarer Bereich:
min. 220x180; max. 405x275

Gewicht

insgesamt 70 kb

Dateiformat

png, jpeg, gif

png, jpeg, gif
png, jpeg, gif

png, jpeg, gif, mp4, html (z.B.
google maps), video (streaming
link, youtube, vimeo)

Buchungsmöglichkeit

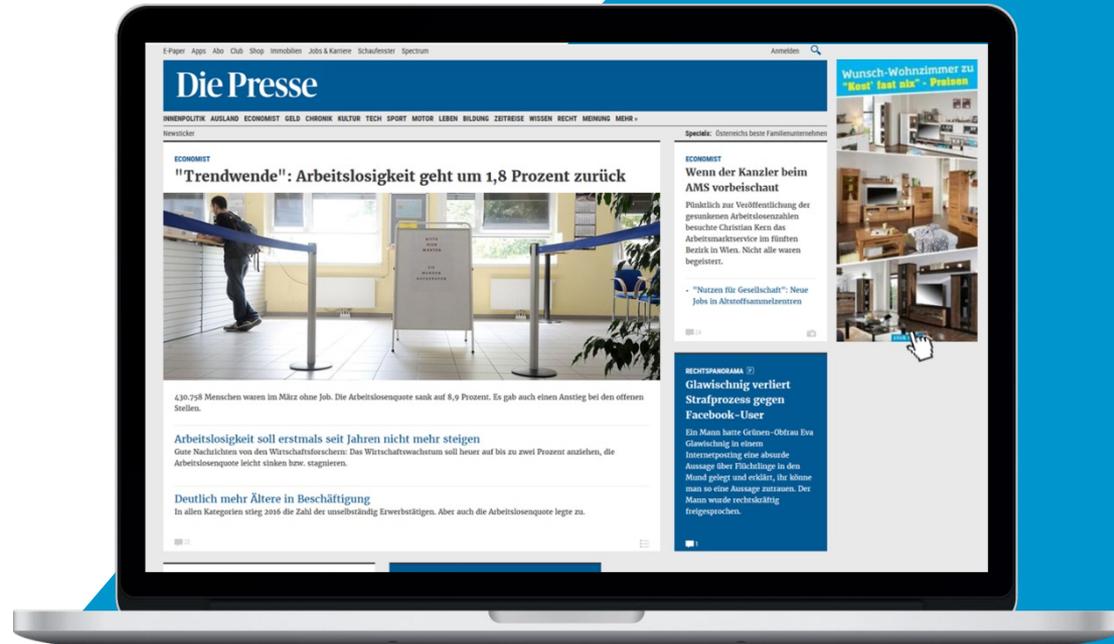
Desktop

- + allesauto.at
- + arboe.at
- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + kleienzeitung.at
- + kochrezepte.at
- + liferadio.at
- + ligaportal.at
- + onvista.de
- + promivideo.de
- + volume.at
- + welovefamily.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(meteoalert.ro, meteonews.ch,
metva.cz, wetter.tv)
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Filmstrip

Das Halfpage Ad liefert durch Klicken, Scrollen oder mouse-over in Summe fünf unterschiedliche Sujets aus.

→ Zur Preview



Filmstrip

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

5 Halfpage Ads
300x600

je 70 kb
je 150 kb (html5)

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

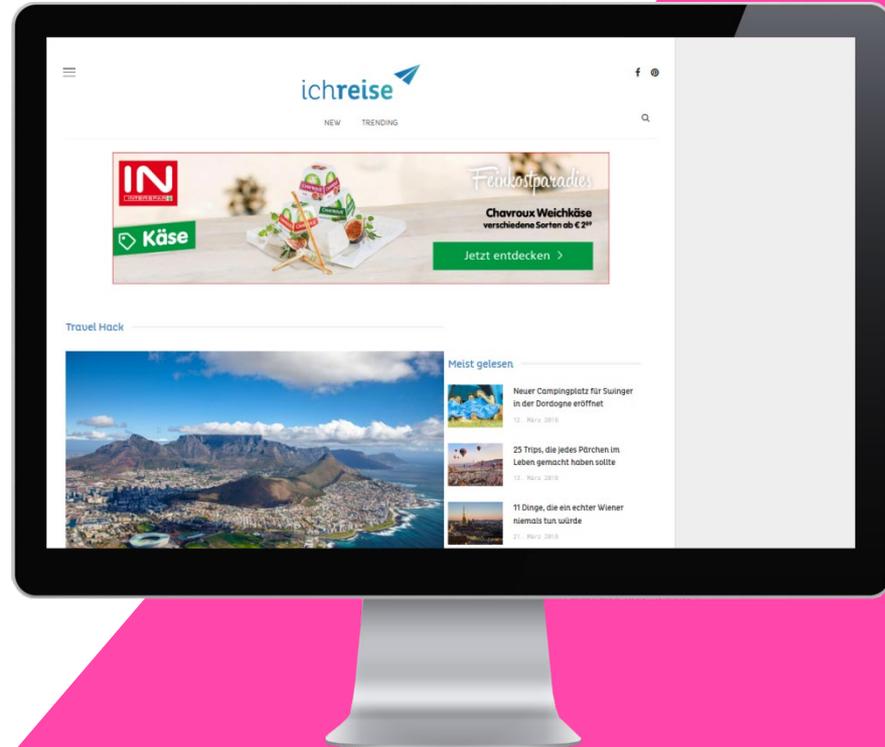
Desktop

- + allesauto.at
- + arboe.at
- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at
- + kochrezepte.at
- + liferadio.at

- + ligaportal.at
- + onvista.de
- + promivideo.de
- + volume.at
- + welovefamily.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(meteoalert.ro, meteonews.ch,
metva.cz, wetter.tv)
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Billboard

- + Positioniert über dem Content oder unter der Navigations-Leiste und somit direkt im Sichtfeld des Lesers
- + Erhöhte Aufmerksamkeit durch großflächige Präsenz
- + Stört Lesefluss des Lesers nicht



Billboard

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

950x250

70 kb
150 kb (html5)

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

Desktop

- + allesauto.at
- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at

- + kochrezepte.at
- + ligaportal.at
- + onvista.de
- + spox.com/at
- + volume.at
- + welovefamily.at
- + wetter.tv-Netzwerk
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Expandable Billboard

Das Billboard expandiert per Klick oder Mouse-Over nach unten und überlappt den Content.

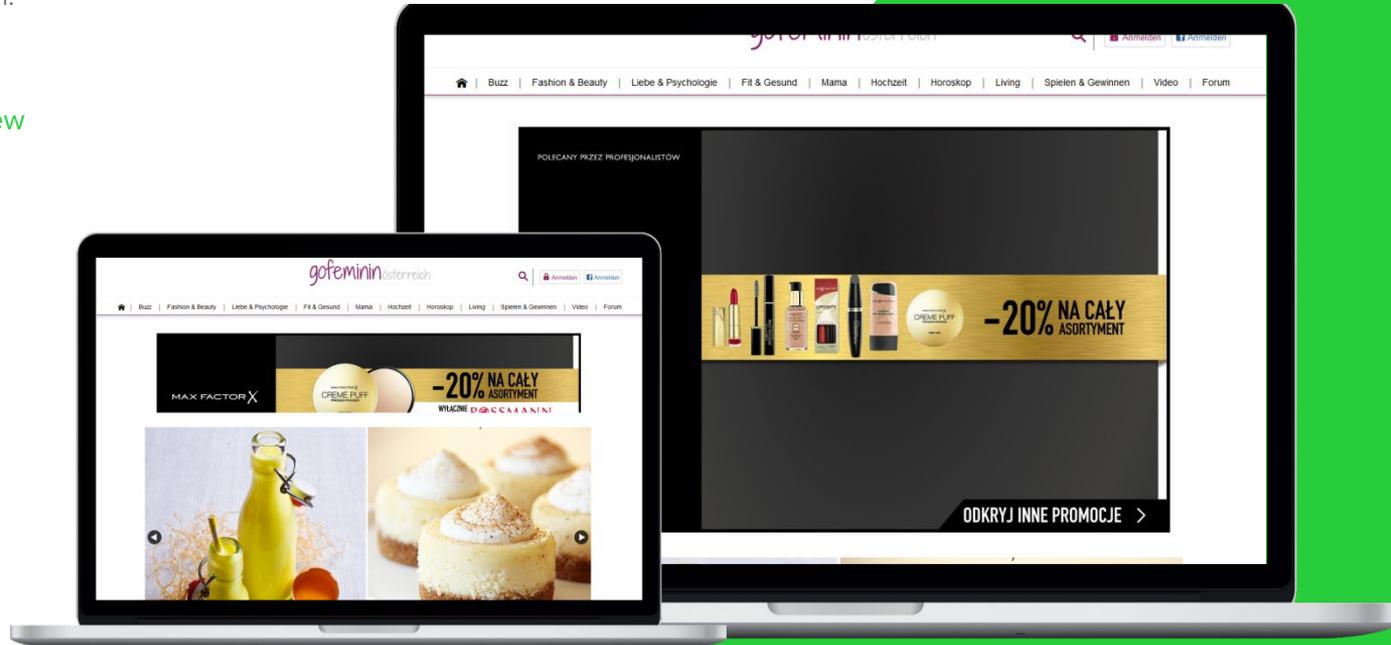
→ Zur Preview



Pushdown Billboard

Per Mouse-Over über das Billboard schiebt sich die Seite nach unten und das Werbemittel vergrößert sich.

→ Zur Preview



Expandable und Pushdown Billboard

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
950x250 bis max. 950x400 oder 728x90 bis max. 728x400	70 kb 150 kb (html5)	png, jpeg, gif, html5	Desktop <ul style="list-style-type: none">+ besserlaengerleben.at+ besserlaengerleben.de+ DiePresse.com+ diva-online.at+ du-bist-der-teamchef.at+ geizhals.at+ gofeminin.at+ ichkoche.at+ ichreise.at <ul style="list-style-type: none">+ kleinezeitung.at+ kochrezepte.at+ liferadio.at+ ligaportal.at+ volume.at+ wetter.tv-Netzwerk (meteoalert.ro, unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv)+ wienerin.at+ wogibtswas.at



Besonderheiten bei Content-überlagernden Werbeformen

L-Ad

- + Kombination aus unterschiedlichen Bannerformaten
- + stört Lesefluss des Lesers nicht



L-Ad

Abmessungen (BxH)

Superbanner 728x90 oder
Superbanner XL 960x100

+ Skyscraper 160x600 oder
Sitebar 300x600 skalierbar

Gewicht

70 kb
150 kb (html5)

Dateiformat

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

Buchungsmöglichkeit

Desktop

- + allesauto.at
 - + besserlaengerleben.at
 - + besserlaengerleben.de
 - + DiePresse.com
 - + diva-online.at
 - + du-bist-der-teamchef.at
 - + geizhals.at
 - + ichkoche.at
 - + ichreise.at
 - + kleinezeitung.at
- + liferadio.at
 - + ligaportal.at
 - + Media In Progress-Netzwerk
(bokuwiese.at, jobhimmel.at,
lbtforum.at, studenteninserate.at)
 - + volume.at
 - + wetter.tv-Netzwerk
(meteoalert.ro, meteonews.ch, metva.cz,
unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv)
 - + wienerin.at
 - + wogibtswas.at

Fullsite Branding Classic

- + Alle klassische Werbemittel auf der Startseite
- + höchste Aufmerksamkeit durch ganzheitliches Branding der Zone



Fullsite Branding Classic

Abmessungen (BxH)

Medium Rectangle 300x250
+ Superbanner 728x90 oder
Billboard 950x250
+ Skyscraper 160x600 oder
Halfpage Ad 300x600 oder
Sitebar 300x600 skalierbar

Gewicht

je 70 kb
je 150 kb (html5)

Dateiformat

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

Buchungsmöglichkeit

Desktop

- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + du-bist-der-teamchef.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at

- + kleinezeitung.at
- + kochrezepte.at
- + volume.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(meteoalert.ro, meteonews.ch, metva.cz,
unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv)
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Fullsite Branding Premium

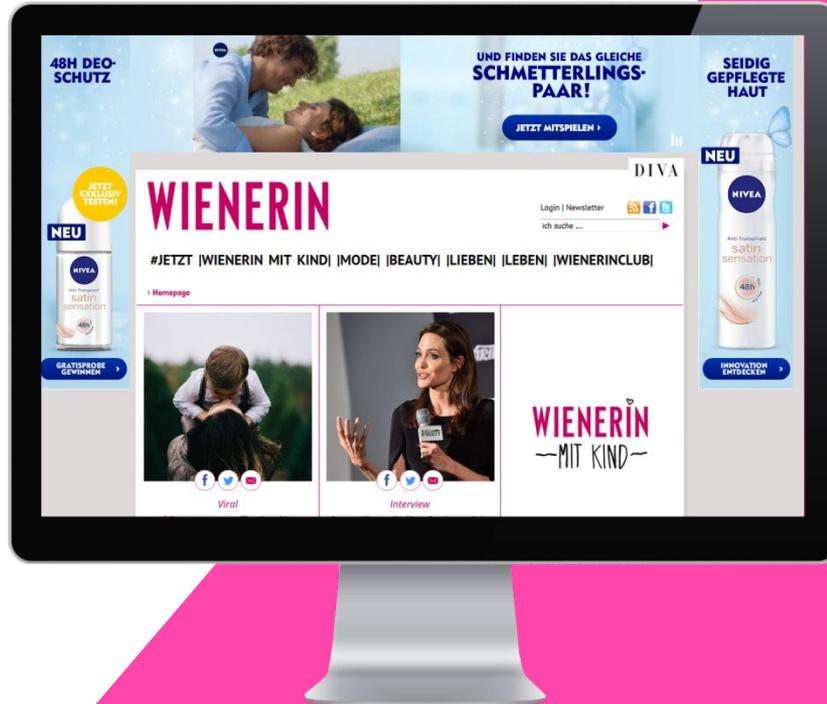
Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<p>Medium Rectangle 300x250</p> <p>+ Superbanner 728x90 oder Billboard 950x250</p> <p>+ Skyscraper 160x600 oder Halfpage Ad 300x600 oder Sitebar 300x600 skalierbar</p> <p>Ist eine Hintergrund- und/oder Navieinfärbung gewünscht, ist diese im Hexadezimalcode z.B. #FFFFFF mitzuteilen. Bitte beachten Sie, dass die Hintergrundfarbe nicht mit Farben von Seitenelementen übereinstimmen darf. Ist ein Hintergrund-Bild gewünscht, ist dieses im Dateiformat png, jpeg oder gif anzuliefern.</p>	<p>je 70 kb je 150 kb (html5)</p>	<p>png, jpeg, gif, html5, third party tag</p>	<p>Desktop</p> <ul style="list-style-type: none">+ besserlaengerleben.at+ besserlaengerleben.de+ DiePresse.com+ diva-online.at+ du-bist-der-teamchef.at+ ichkoche.at <ul style="list-style-type: none">+ ichreise.at+ kleinezeitung.at+ kochrezeptte.at+ wetter.tv+ wienerin.at+ wogibtswas.at



Besonderheiten bei Content-überlagernden Werbeformen

Fireplace-Ad Classic

- + höchste Aufmerksamkeit durch die Umrahmung des Contents
- + großflächige Präsenz



Fireplace-Ad Classic

Abmessungen (BxH)

Die Anlieferung für das Fireplace-Ad erfolgt physisch in drei Teilen. Die Skyscraper bzw. Sitebar/Halpage Ad sind rechts und links vom Superbanner positioniert.

Oben:

Superbanner: siehe Breiten einzelner Portale x90 oder

Billboard: siehe Breiten einzelner Portale x250

Für den linken Bereich:

Skyscraper 160x600

Für den rechten Bereich:

Skyscraper 160x600 oder
Halpage Ad 300x600 oder
Sitebar 300x600 skalierbar

AUSNAHME: gofeminin.at
linker und rechter Bereich: 270x1500
mittlerer Bereich: 280x1030, dieser Bereich muss alle Texte und Logos beinhalten

Gewicht

insgesamt 160 kb

Dateiformat

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

AUSNAHME: gofeminin.at
Grafik muss als jpeg oder psd-File
angeliefert werden (darf nur
statisch sein und nicht animiert)

Buchungsmöglichkeit

Desktop

- + du-bist-der-teamchef.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + ligaportal.at
- + spox.com
- + wetter.tv
- + wienerin.at

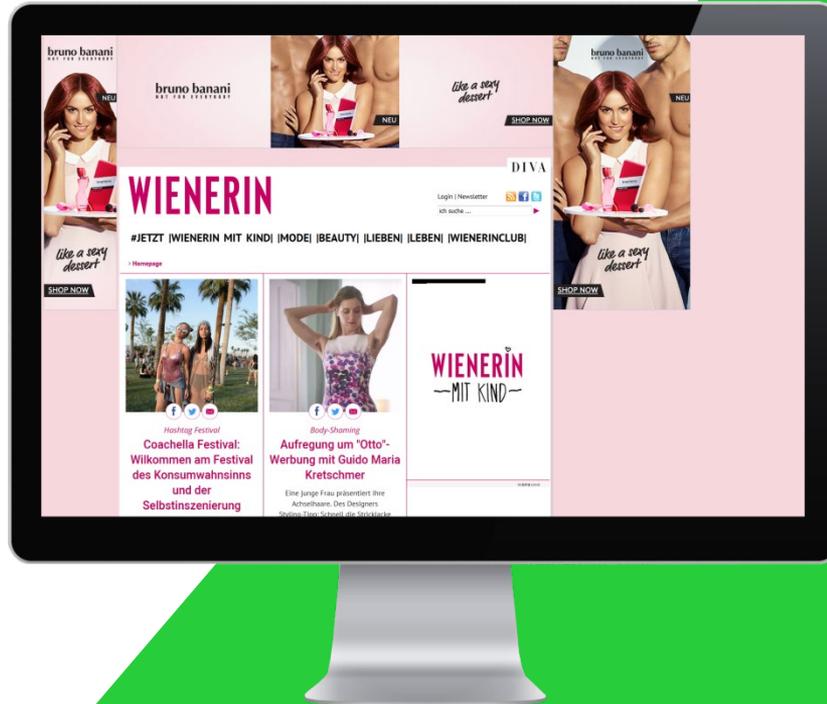
Breiten

910
950
955
990
980
980
1010

Fireplace-Ad Premium

- + höchste Aufmerksamkeit durch die Umrahmung des Contents
- + Optional mit Flap-Effekten.
- + Einfärbung des Hintergrunds und/oder der Navigation in der eigenen CI-Farbe
- + höchste Aufmerksamkeit durch ganzheitliches Branding der Zone

→ Zur Preview



Fireplace-Ad Premium

Abmessungen (BxH)

Die Anlieferung für das Fireplace-Ad erfolgt physisch in drei Teilen.

Oben:

Superbanner: siehe Breiten einzelner Portale x90 oder

Billboard: siehe Breiten einzelner Portale x250

Für den linken Bereich:

Skyscraper 160x600

Für den rechten Bereich:

Skyscraper 160x600 oder
Halfpage Ad 300x600 oder
Sitebar 300x600 skalierbar

Für zusätzliche Flap- oder Layer-Effekte siehe [hier](#).

Ist eine Hintergrund- und/oder Naviefärbung gewünscht, ist diese im Hexadezimalcode z.B. #FFFFFF mitzuteilen. Bitte beachten Sie, dass die Hintergrundfarbe nicht mit Farben von Seitenelementen übereinstimmen darf. Ist ein Hintergrund-Bild gewünscht, ist dieses im Dateiformat png, jpeg oder gif anzuliefern.

Gewicht

insgesamt 160 kb

Dateiformat

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

Buchungsmöglichkeit

Desktop

+ du-bist-der-teamchef.at
+ ichkoche.at
+ ichreise.at
+ ligaportal.at
+ wetter.tv
+ wienerin.at

Breiten

910
950
955
990
980
1010

Background Reveal

Nach Klick auf das Werbemittel (Superbanner oder Billboard) schiebt das Ad die Website mit einem 3D Effekt in den unteren Bereich des Bildschirmrandes.

Das maximierte Ad ist anschließend mit einer Größe von 620x590 px sichtbar.

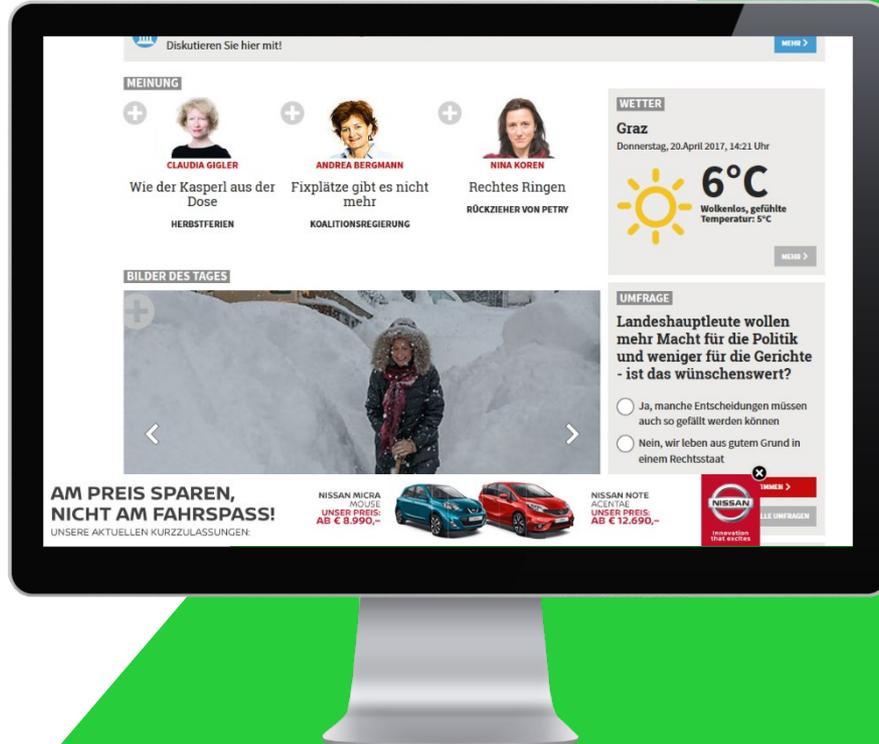


Background Reveal

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
Superbanner und Reveal: 620x590	Siehe Spezifikationen 70 kb 150 kb (html5)	png, jpeg, gif, html5, third party tag	Desktop + DiePresse.com + ichkoche.at + ichreise.at + kleienzeitung.at + kochrezepte.at + ligaportal.at + meteoalert.ro + wienerin.at

Floor Ad

- + Sticky Platzierung am unteren Rand der Seite
- + Immer sichtbar
- + Überlappt den Content



Floor Ad

Abmessungen (BxH)

10:1 Verhältnis
Empfehlung: 960x100
gofeminin.at: 800x45

Gewicht

70 kb
150 kb (html5)

Dateiformat

png, jpeg, gif, html5,
third party tag

Buchungsmöglichkeit

Desktop

- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + du-bist-der-teamchef.at
- + geizhals.at
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at

- + kochrezepte.at
- + liferadio.at
- + ligaportal.at
- + volume.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(burzoweinfo.pf, meteoalert.ro,
meteonews.ch, metva.cz, unwetter.ch,
uwr.de, wetter.tv)
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Maxi Floor Ad

- + Sticky Platzierung am unteren Rand der Seite
- + Überlappt den Content
- + Passt sich dynamisch an das Browserfenster an



Maxi Floor Ad

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

Die Anlieferung für das Maxi Floor Ad erfolgt in zwei Teilen.

Hintergrund

- + Als Farbfläche:
Dieser ist als Hexadezimalcode z.B. #FFFFFF mitzuteilen. Bitte beachten Sie, dass die Hintergrundfarbe nicht mit Farben von Seitenelementen übereinstimmen darf.

- + Als Bild:
Ist ein Hintergrund-Bild gewünscht, ist dieses im Dateiformat png oder jpeg in einer Größe von max. 2.000x250 px anzuliefern. Der Hintergrund skaliert mit der Größe des Browserfensters nicht mit.

150 kb (html5)

Banner

- + Der Banner darf eine max. Höhe von 250px haben und muss einen transparenten Hintergrund besitzen.

html5, third party tag

Desktop

- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + du-bist-der-teamchef.at
- + ftr.at
- + geizhals.at
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at

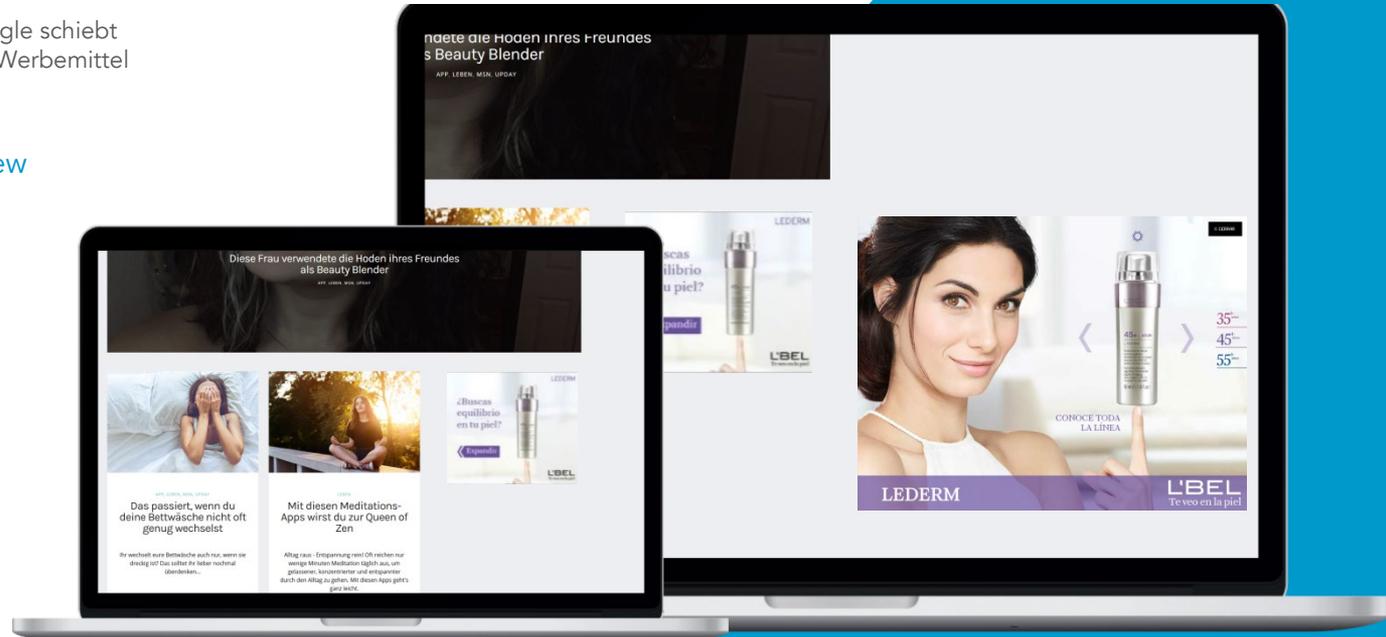
- + kleinezeitung.at
- + kochrezepte.at
- + liferadio.at
- + ligaportal.at
- + volume.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(burzoweinfo.pf, meteoalert.ro, meteonews.ch, metva.cz, unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv)
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Sidekick small

Kombination aus Medium Rectangle und Sidekick-Ad.

Per Mouse-Over über das Medium Rectangle schiebt sich die Seite nach links und das Sidekick Werbemittel wird sichtbar.

→ Zur Preview



Sidekick small

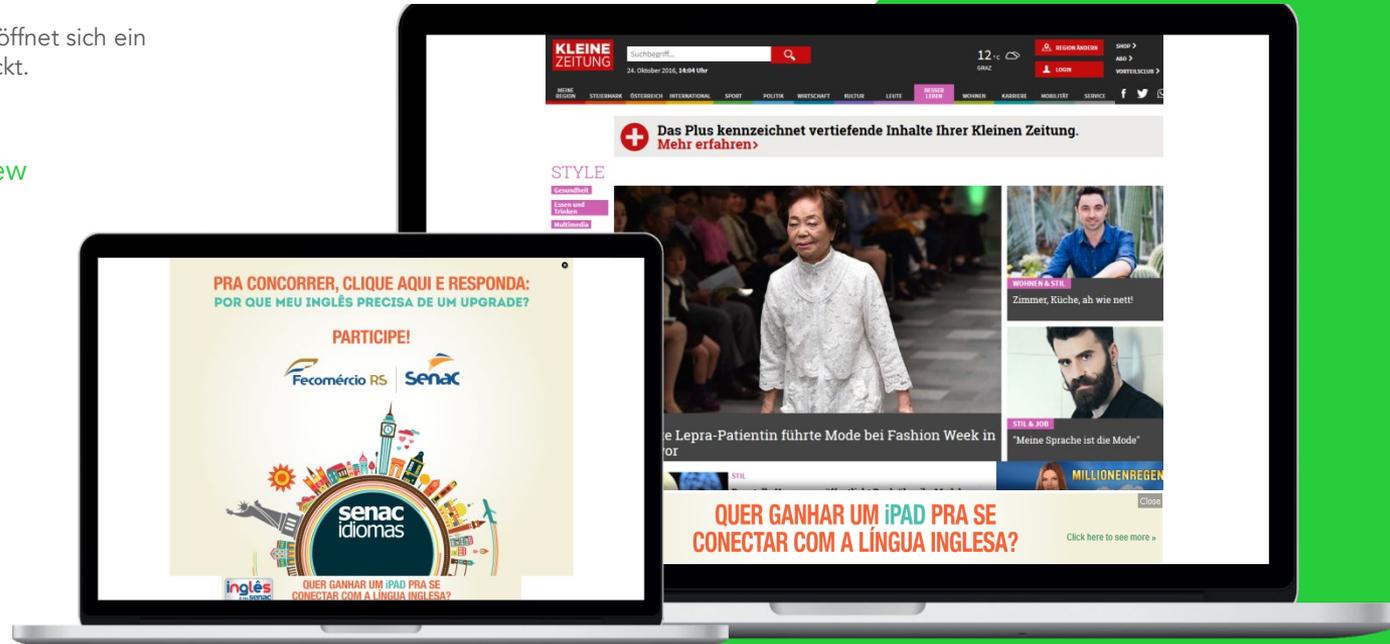
Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
Medium Rectangle und Sidekick: 850x700	Siehe Spezifikationen 100 kb 150 kb (html5)	png, jpeg, gif, html5, third party tag	Desktop + besserlaengerleben.at + besserlaengerleben.de + DiePresse.com + diva-online.at + du-bist-der-teamchef.at + geizhals.at + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + liferadio.at + ligaportal.at + wetter.tv + wienerin.at + wogibtswas.at

Sidekick large

Sticky Sidekick Bar: (im unteren Bereich der Website)

Per Klick oder Mouseover auf den Teaser öffnet sich ein Interstitial, das die Seite nach links weg kickt.

→ Zur Preview



Sidekick large

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<p>Sticky Sidekick Bar: 950x90 Rechter Bereich (ca. 200 px) sollte frei bleiben, da hier der Hinweis eingeblendet wird, dass sich dahinter mehr verbirgt</p> <p>Sidekick Content: 950x550</p>	<p>je 70 kb je 150 kb (html5)</p>	<p>png, jpeg, gif, html5, third party tag</p>	<p>Desktop</p> <ul style="list-style-type: none">+ DiePresse.com+ ichkoche.at+ ichreise.at+ kleinezeitung.at+ kochrezepte.at+ ligaportal.at+ wienerin.at

Keyword-Targeting

Die Ausspielung der Kampagne wird an vorab definierte Keywords gekoppelt.

- + Angabe von mind. 20 Keywords (keine Blocklist)
- + Werbemittel: Medium Rectangle oder Sitelink
- + Ausspielung der Kampagne RON auf Articlebene
- + Wenn ein definiertes Keywords im Artikeltext vorkommt, wird das Werbemittel im Text platziert

autonet.at
Inhaltsverzeichnis

Die Presse

KLEINE
ZEITUNG

WIENERIN



Keyword-Targeting

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

Medium Rectangle
oder Sitelink
mind. 20 Wörter

70 kb
150 kb (html5)

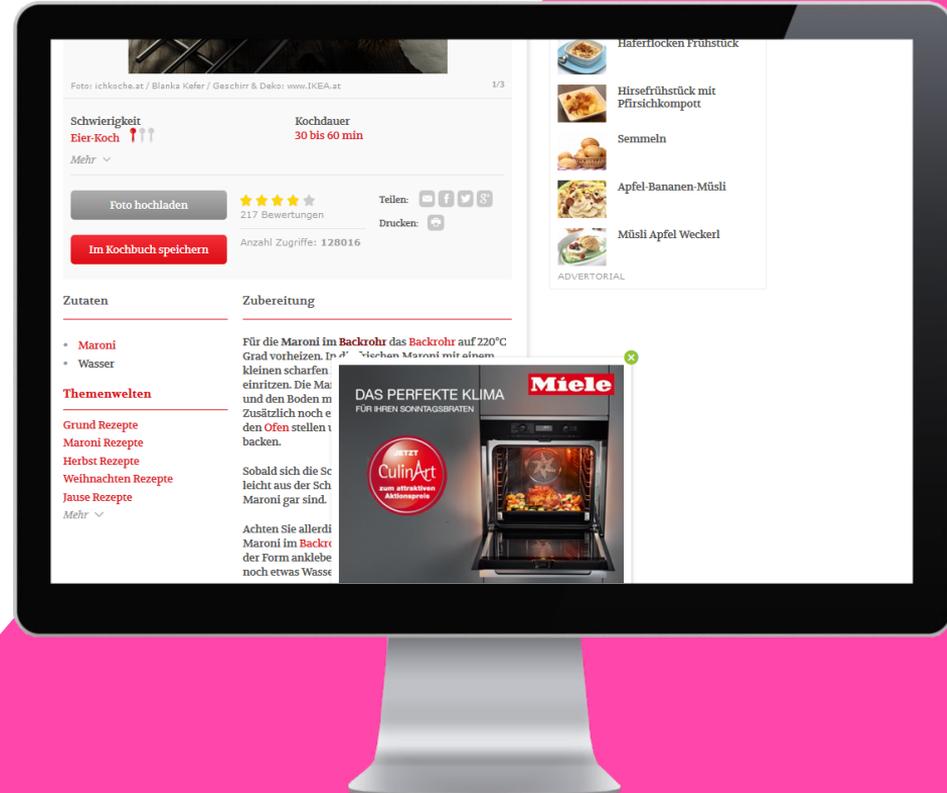
Siehe Medium Rectangle bzw.
Sitelink-Spezifikationen

Desktop

- + DiePresse.com
- + kleinezeitung.at
- + wienerin.at

Keyword Mouse-over Ad

Mit Keyword-Targeting können Werbeformate exakt dort ausgespielt werden, wo zuvor definierte Keywords in den Texten und Rezepten enthalten sind.



Keyword Mouse-over Ad

Abmessungen (BxH)

496x384
2-3 Keywords

Gewicht

je 70 kb

Dateiformat

jpeg, gif

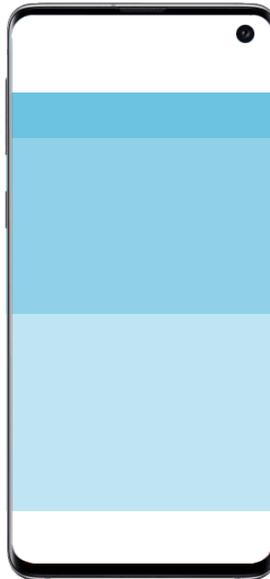
Buchungsmöglichkeit

+ Desktop
+ [ichkoche.at](https://www.ichkoche.at)

Mobile only

Mobile Banner

Die Classic Ads werden direkt in den Content einer mobilen Website oder App eingebettet.



Banner 300x50 bzw. Sticky Banner

Der Sticky Banner ist am unteren oder oberen Seitenrand fixiert und bleibt auch bei Scrollen der Seite sichtbar.

Medium Rectangle 300x250

Large Ad 300x600 oder 320x480 (Parallax-Effekt möglich)

Mobile Banner

Werbeform	Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
Banner	300x50 oder 320x50	20 kb	png, jpeg, gif, html5, third party tag	<p>Mobile</p> <ul style="list-style-type: none"> + onvista.de + allesauto.at + DiePresse.com + ftr.at + gofeminin.at + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + ligaportal.at <ul style="list-style-type: none"> + spox.com/at + volume.at + Webedia-Netzwerk (filmstarts.de, gamestar.de, gamepro.de, mein-mmo.de, moviepilot.de, ninotaku.de) + welovefamily.at + wienerin.at + wogibtswas.at <p>Apps</p> <ul style="list-style-type: none"> + DiePresse App + ichkoche App <ul style="list-style-type: none"> + Kleine Zeitung App + Ligaportal App + Wogibtswas App
Sticky Banner	300x50 oder 320x50	20 kb	png, jpeg, gif, html5, third party tag	<p>Mobile</p> <ul style="list-style-type: none"> + allesauto.at + DiePresse.com + ftr.at + gofeminin.at + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + ligaportal.at + onvista.de <ul style="list-style-type: none"> + skriptefix.at + spox.com/at + Webedia-Netzwerk (filmstarts.de, gamestar.de, gamepro.de, mein-mmo.de, moviepilot.de, ninotaku.de) + volume.at + welovefamily.at + wienerin.at + wogibtswas.at

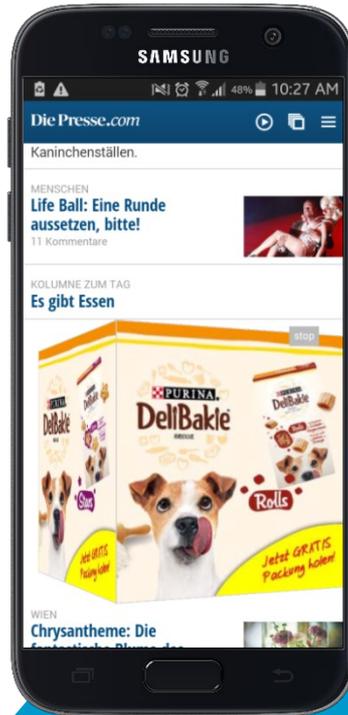
Mobile Banner

Werbeform	Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
Medium Rectangle	300x250	20 kb	png, jpeg, gif, html5, third party tag	<p>Mobile</p> <ul style="list-style-type: none"> + allesauto.at + DiePresse.com + ftr.at + gofeminin.at + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + ligaportal.at <ul style="list-style-type: none"> + onvista.de + spox.com/at + volume.at + Webedia-Netzwerk (filmstarts.de, gamestar.de, gamepro.de, mein-mmo.de, moviepilot.de, ninotaku.de) + welovefamily.at + wienerin.at + wogibtswas.at <p>Apps</p> <ul style="list-style-type: none"> + DiePresse App + ichkoche App <ul style="list-style-type: none"> + Kleine Zeitung App + Ligaportal App + Wogibtswas App
Large Ad Parallax-Effekt (Understitial) optional möglich*	300x600 oder 320x480	70 kb	png, jpeg, gif, html5, third party tag	<p>Mobile</p> <ul style="list-style-type: none"> + allesauto.at + DiePresse.com + ftr.at + gofeminin.at + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + ligaportal.at <ul style="list-style-type: none"> + onvista.de + spox.com/at + volume.at + Webedia-Netzwerk (filmstarts.de, gamestar.de, gamepro.de, mein-mmo.de, moviepilot.de, ninotaku.de) + welovefamily.at + wienerin.at + wogibtswas.at

*Alle wichtigen Infos (Call To Action Button, etc.) sollten sich im oberen Bereich des Werbemittels (300x374 Pixel) befinden, die unteren 300x226 Pixel werden je nach Gerätegröße angezeigt. Wir empfehlen die physische Anlieferung als *.jpg, *.gif oder *.png File, da das korrekte Resizing je nach Bildschirmhöhe des Devices autom. von SMART Adserver übernommen wird.

Cube Ad

4-6 Bilder werden zu einem Würfel angeordnet, der sich um die Achsen dreht.



Cube Ad

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

6 Bilder im Format 300x300

je 10 kb

png, jpeg, gif, third party tag

Mobile

- + allesauto.at
- + DiePresse.com
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + kleienzeitung.at
- + kochrezepte.at
- + ligaportal.at

- + onvista.de
- + spox.com/at
- + volume.at
- + Webedia-Netzwerk
(filmstarts.de, gamestar.de,
gamepro.de, mein-mmo.de,
moviepilot.de, ninotaku.de)
- + welovefamily.at
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Video Vignette

Die Video Vignette wird auf mobilen Websites als Overlay ausgespielt, dabei bleibt der Content der Website im Hintergrund sichtbar. Ein Expand-Button ermöglicht die Abspielung im Fullscreen-Modus (mit Close-Button).



Video Vignette

Abmessungen (BxH)

mind. 640x360 (16:9) oder
mind. 640x480 (4:3)

5-25 Sekunden

Gewicht

500 kb

Dateiformat

mp4

Buchungsmöglichkeit

Mobile

- + DiePresse.com
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at

- + ligaportal.at
- + spox.com/at
- + wetter.tv
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Vertical Video Interstitial

Durch das natürliche Scrollen am Phone (wischen nach oben) zieht sich das Werbemittel mittels dem Effekt „Parallax“ auf, bis ein vollflächiges Interstitial sichtbar ist. Das Werbemittel beinhaltet ein Video das „autoplay“ abgespielt wird. In der rechten oberen Ecke befindet sich ein Close-Button, der es ermöglicht, zur mobilen Website zurück zu gelangen.



Vertical Video Interstitial

Werbeform	Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
Vertical Video Interstitial	mind. 640x360 (16:9) 5-25 Sekunden	1,5 mb	mp4, webm, ogg, vast, third party tag	Mobile + DiePresse.com + diva-online.at + du-bist-der-teamchef.at + gofeminin.at + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + ligaportal.at + spox.com/at + volume.at + wienerin.at + wogibtswas.at
Vertical Video Interstitial	10-25 Sekunden	3,5 mb	mp4	Apps* + read.it App

Transparent Cover Ad

Das Werbemittel wird als Overlay platziert, dabei bleibt der Content im Hintergrund sichtbar. Via Close-Button kann das Werbemittel geschlossen werden.



Transparent Cover Ad

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
mind. 256x256 (1:1)	800 kb	html5, third party tag	Apps + DiePresse App + Ligaportal App

Klicks auf die Objekte sind folgendermaßen zu definieren:

```
<a href="myclickurl">  
  <!--Hier die Elemente einfügen, die clickable sein sollen -->  
</a>
```

Transparenzeffekt, Close Button und Click auf den Bottom Banner wird vom Publisher übernommen.

 [Demo Werbemittel zum Download](#)

Full Page Ad/ ePaper

Im ePaper (optisch ähnlich der Printzeitung) werden ganzseitige digitalisierte Werbeseiten (auch interaktiv möglich) eingeschoben. Diese können direkt mit der Kundenwebsite verlinkt werden.



Full Page Ad/ ePaper

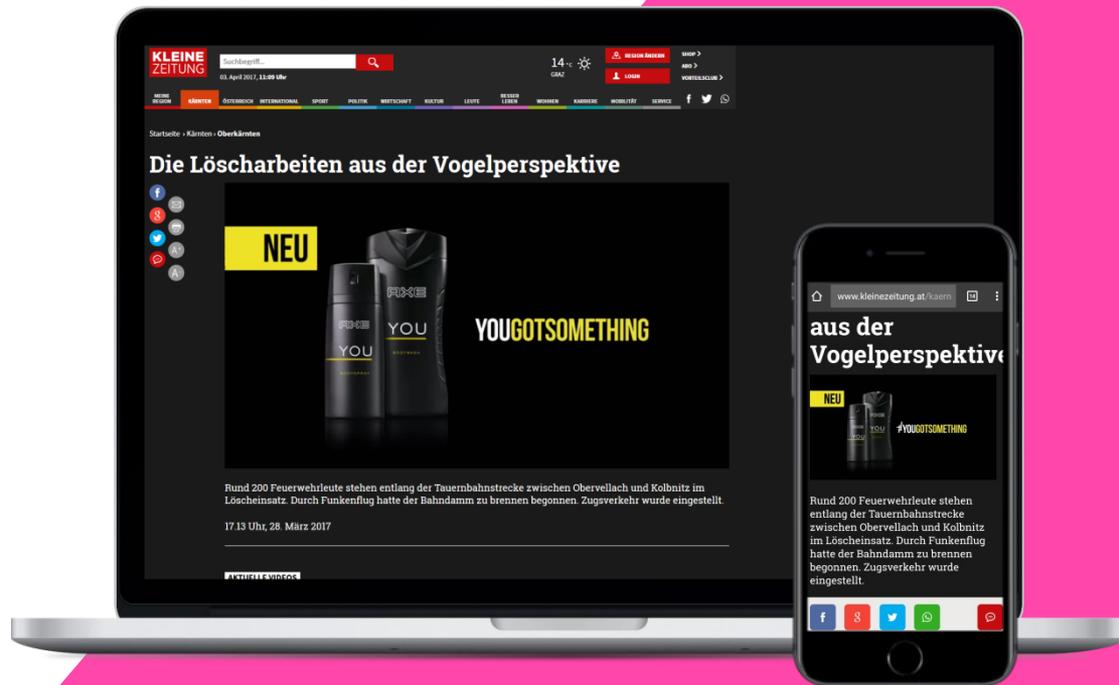
Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<p>Tablet: Hoch: 768x954 Quer: 1024x698 Thumbnail: 105x145</p> <p>Smartphone: Hoch: 320x416</p>	<p>100 kb Thumbnail: 20 kb</p> <p>50 kb</p>	<p>Tablet: png, jpeg, gif, html5</p> <p>Thumbnail: png, jpeg, gif</p> <p>Smartphone: png, jpeg, gif, html5</p>	<p>Apps + Kleine Zeitung App</p>
<p>Tablet: Hoch: 768x960 Quer: 1024x704 Thumbnail: 120x180</p> <p>Smartphone: Hoch: 320x416 Quer: 480x268</p>	<p>100 kb Thumbnail: 20 kb</p> <p>50 kb</p>	<p>Tablet: png, jpeg, gif, html5</p> <p>Thumbnail: png, jpeg, gif</p> <p>Smartphone: png, jpeg, gif, html5, javascript third party tag</p>	<p>Apps + DiePresse App</p>

ACHTUNG bei html5 Anlieferung: Die Werbemittel müssen Full Responsive sein.
Das Werbemittel muss den Orientation-Change (Portrait/Landscape) selbst handeln können.

Video Ads

Pre-/Post-Roll

Pre-, Mid-, Post-Rolls werden vor, zwischendrin oder am Ende des eigentlichen Video-Contents ausgespielt.



Pre-/Post-Roll

Abmessungen (BxH)

mind. 640x360 (16:9) oder
mind. 640x480 (4:3)

Die Spot-Länge kann 5 - 25 Sekunden
betragen (der IAB empfiehlt den Einsatz
von max. 15-Sekunden-Spots)

gofeminin: max. 20 Sekunden

Gewicht

5 mb

Dateiformat

mp4, vast

Buchungsmöglichkeit

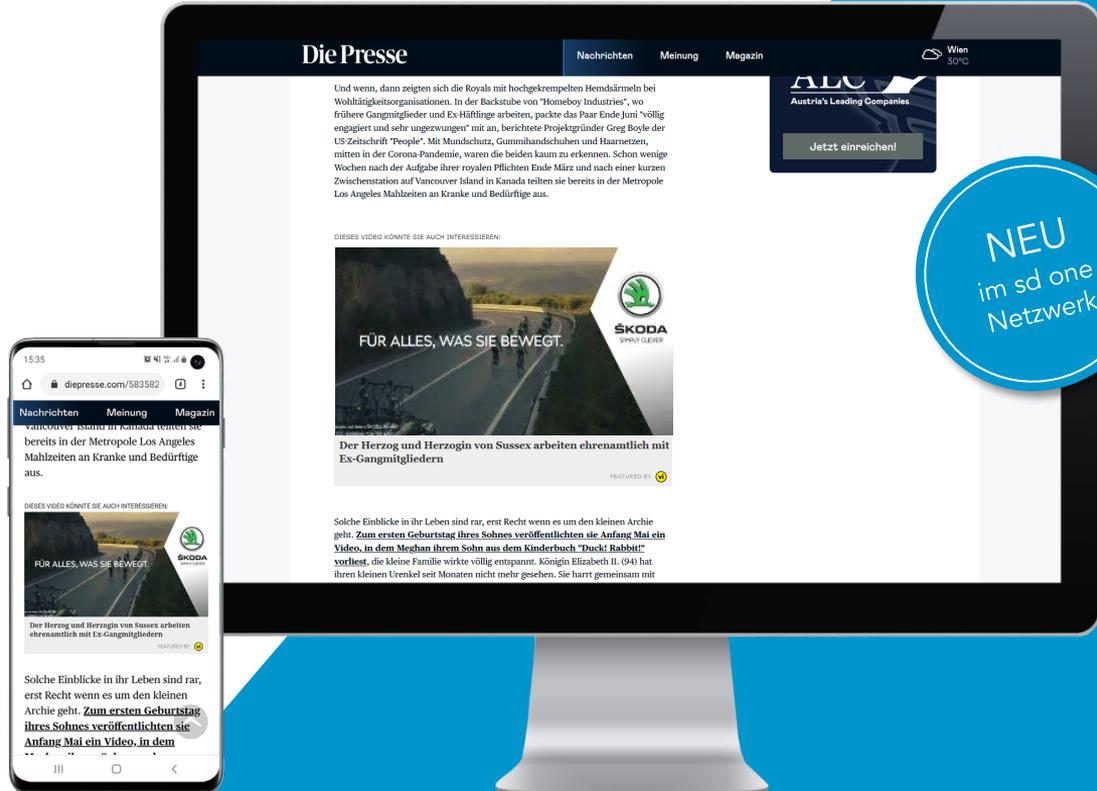
Desktop & Mobile

- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + freshclip.de
(fein-gekocht.at, itsintv.de,
promivideo.de, videovalis.tv)
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + kleinezeitung.at
- + ligaportal.at
- + motorsport-magazin.com
- + nachrichten.at
- + volume.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(morecast.com, unwetter.ch, uwr.de,
uwz.at, wetter.tv)
- + welovefamily.at
- + wienerin.at

Bumper Ads

Klickbare Opener Spots bis zu 6 Sekunden.

Videos in Form von Bumper Ads sind klickbare Opener Spots bis zu 6 Sekunden (non skippable), die vor der eigentlichen Bewegtbild-Berichterstattung gezeigt werden und somit einen hohen Aufmerksamkeitsgrad erzielen und stark emotionalisierend wirken.

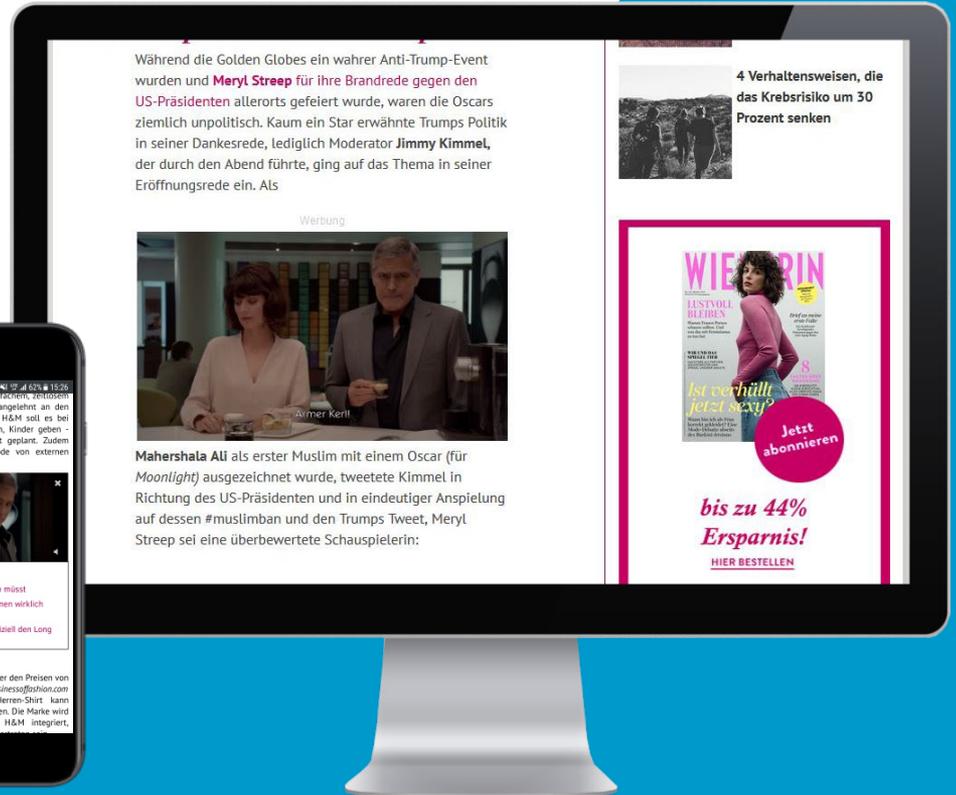


Bumper Ads

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<p>mind. 640x360 (16:9) oder mind. 640x480 (4:3)</p> <p>Die Spot-Länge darf max. 6 Sekunden betragen.</p>	<p>5 mb</p>	<p>mp4, vast</p>	<p>Desktop & Mobile</p> <ul style="list-style-type: none">+ besserlaengerleben.at+ besserlaengerleben.de+ DiePresse.com+ freshclip.de (fein-gekocht.at, itsintv.de, promivideo.de, videovalis.tv)+ gofeminin.at+ ichkoche.at+ kleienzeitung.at <ul style="list-style-type: none">+ ligaportal.at+ motorsport-magazin.com+ nachrichten.at+ volume.at+ wetter.tv-Netzwerk (morecast.com, unwetter.ch, uwr.de, uwz.at, wetter.tv)+ welovefamily.at+ wienerin.at

Inread

Das Video inRead erscheint direkt in einem Artikel. Dabei wird das Video an der bestmöglichen Position platziert. Scrollt der User über die betreffende Stelle im Artikel, öffnet sich das Video und wird automatisch abgespielt.



Inread

Abmessungen (BxH)

mind. 640x360 (16:9)
5-25 Sekunden

gofeminin: max. 20 Sekunden

Gewicht

2 mb

Dateiformat

mp4, vast

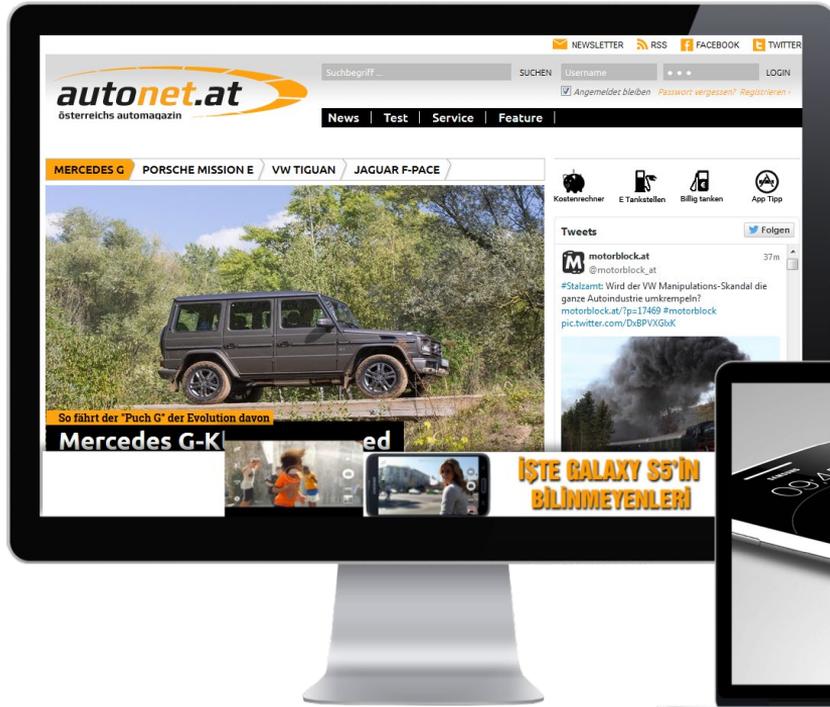
Buchungsmöglichkeit

Desktop & Mobile

- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + gofeminin.at
- + ichreise.at
- + ichkoche.at
- + kleinezeitung.at

- + kochrezepte.at
- + ligaportal.at
- + spox.com/at
- + wetter.tv-Netzwerk
(uwz.at, wetter.tv)
- + wienerin.at

Video-Fold



Teaser im unteren Bereich der Website mit Video-Box.

Variante 1: Per Mouse-Over des Videos öffnet sich ein Interstitial indem ein Video eingebettet ist.



Variante 2: Per Mouse-Over des Videos öffnet sich das Video im Fullscreen-Modus.



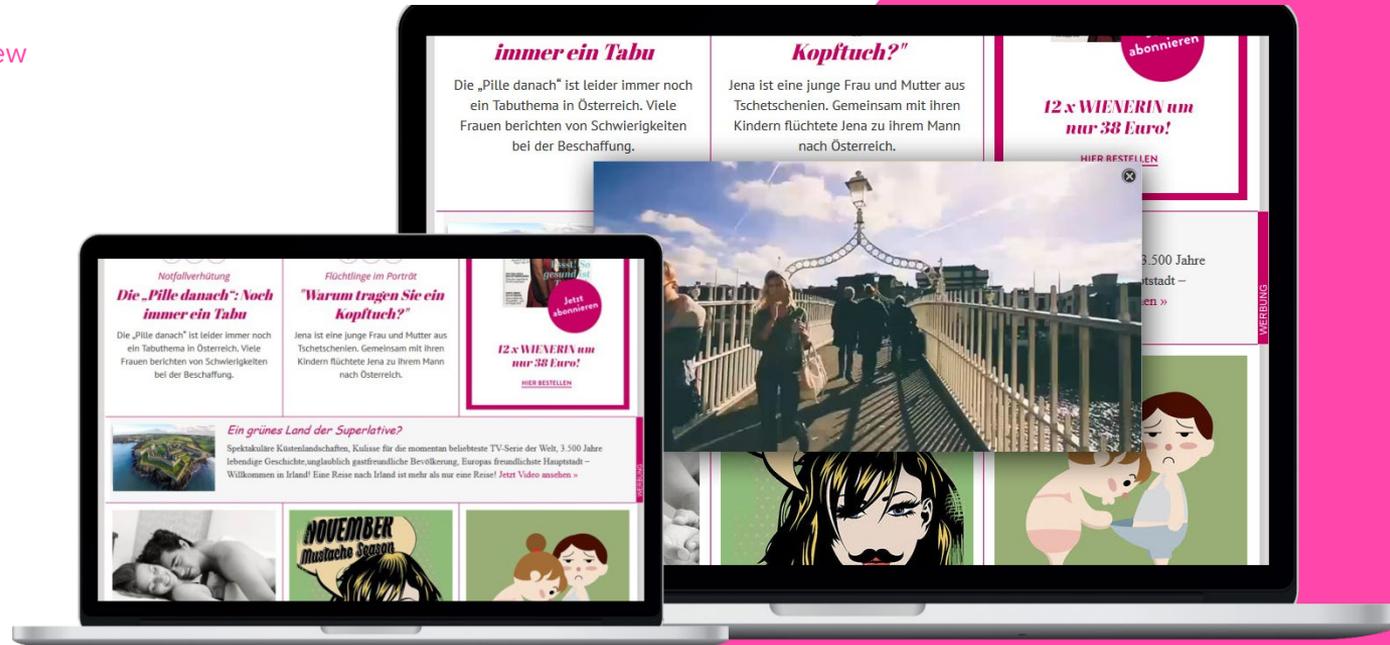
Video-Fold

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<p>Maxi Floor Ad 10:1 Verhältnis, skalierbar</p> <p>Interstitial mit Video Player-Größe: 800x600 Optional Hintergrundbild: 1.920x1.080 oder Hintergrundfarbe im Hexadezimalcode z.B. #FFFFFF</p> <p>Interstitial Fullscren-Video Anlieferung Background Video: (siehe Video-Spezifikationen)</p>	<p>70 kb 150 kb (html5)</p> <p>5 mb</p> <p>5 mb</p>	<p>html5, third party tag</p> <p>Hintergrund-Bild: jpeg, png Video: mp4, vast</p> <p>mp4, vast</p>	<p>Desktop</p> <ul style="list-style-type: none">+ besserlaengerleben.at+ besserlaengerleben.de+ DiePresse.com+ diva-online.at+ du-bist-der-teamchef.at+ ftr.at+ geizhals.at+ gofeminin.at+ ichkoche.at <ul style="list-style-type: none">+ ichreise.at+ kleinezeitung.at+ kochrezepte.at+ liferadio.at+ ligaportal.at+ wetter.tv-Netzwerk+ wienerin.at+ wogibtswas.at

Video-Flow

Per Klick auf den Sitelink öffnet sich ein Video-Overlay.

→ Zur Preview



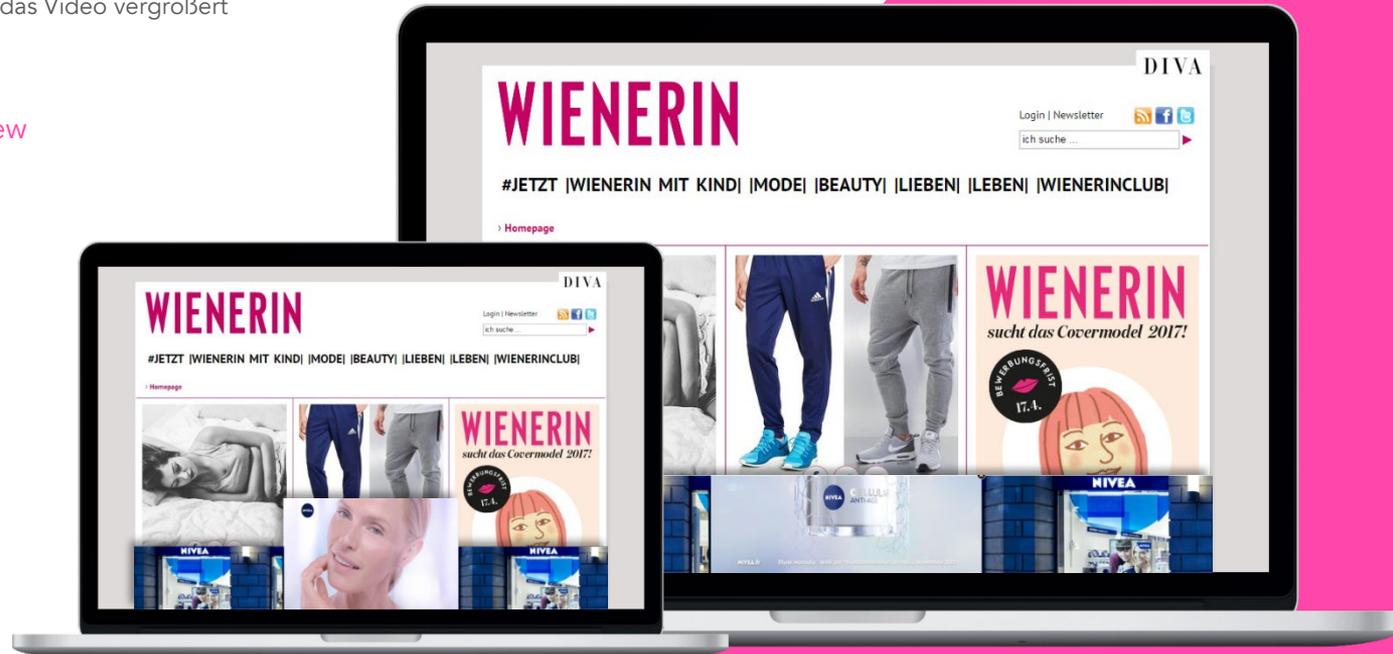
Video-Flow

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
Sitelink: (siehe Sitelink Spezifikationen) Video: (siehe allgemeine Video-Spezifikationen)	-	-	Desktop + besserlaengerleben.at + besserlaengerleben.de + DiePresse.com + diva-online.at + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + kochrezepte.at + wienerin.at

Video Floor Ad

Das Video Floor Ad ist im unteren Bereich der Website sticky platziert. Per Klick oder Mouse-Over über das Video vergrößert sich der Bereich des Videos.

→ Zur Preview



Video Floor Ad

Abmessungen (BxH)

Background-Image:
Höhe: 200px
Breite: variabel (mind. 950px)

Gewicht

Background-Image: 150 kb
Video: 5 mb

Dateiformat

Background-Image: jpeg, png
Video: mp4, webm, ogg

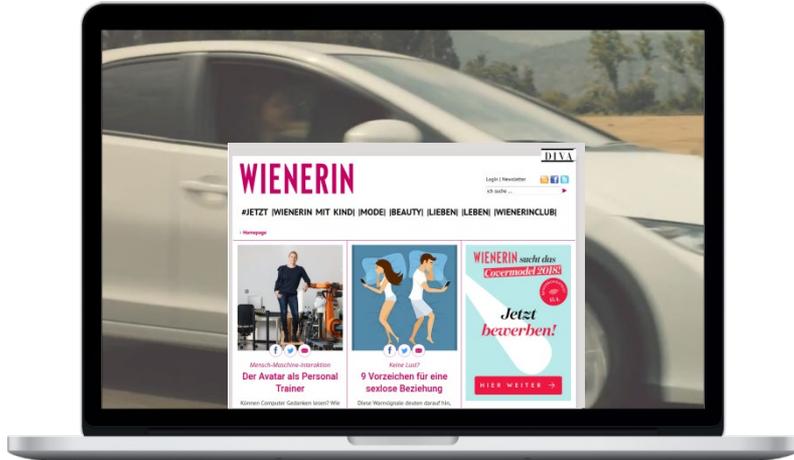
Buchungsmöglichkeit

Desktop

- + arboe.at
- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de
- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + du-bist-der-teamchef.at
- + geizhals.at
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at

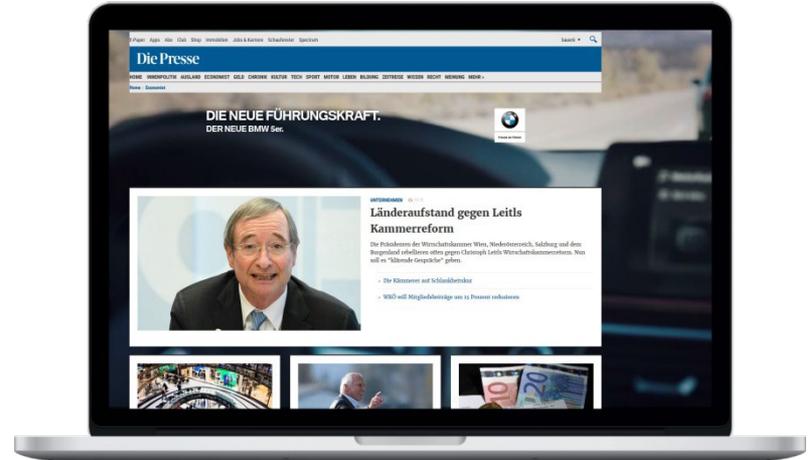
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at
- + kochrezepte.at
- + liferadio.at
- + ligaportal.at
- + volume.at
- + wetter.tv-Netzwerk
(unwetter.ch, uwr.de, wetter.tv)
- + wienerin.at
- + wogibtswas.at

Video Screening



Das U-Ad zeigt ein vollflächiges Video und umrahmt die ganze Website.

→ Zur Preview



Das Ad in Form eines „H“ zeigt ein vollflächiges Video, umrahmt und durchbricht die ganze Website.

→ Zur Preview

Bei Mouse Over des Billboard-Bereichs öffnet sich das Video im Fullscreen-Modus. Am Ende des Videos bleibt ein Billboard sichtbar.

Video Screening

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<p>Anlieferung Background Video: (siehe Video-Spezifikationen)</p> <p>Optional:</p> <ul style="list-style-type: none">+ Billboard das während des Abspielens des Videos angezeigt wird, muss einen transparenten Hintergrund besitzen+ Klassisches Billboard das nach dem Abspielen des Videos angezeigt wird (siehe Billboard-Spezifikationen)	5 mb	mp4, vast	<p>Desktop</p> <ul style="list-style-type: none">+ DiePresse.com+ diva-online.at+ du-bist-der-teamchef.at+ gofeminin.at+ ichkoche.at <ul style="list-style-type: none">+ ichreise.at+ kleinezeitung.at+ kochrezepte.at+ wetter.tv+ wienerin.at

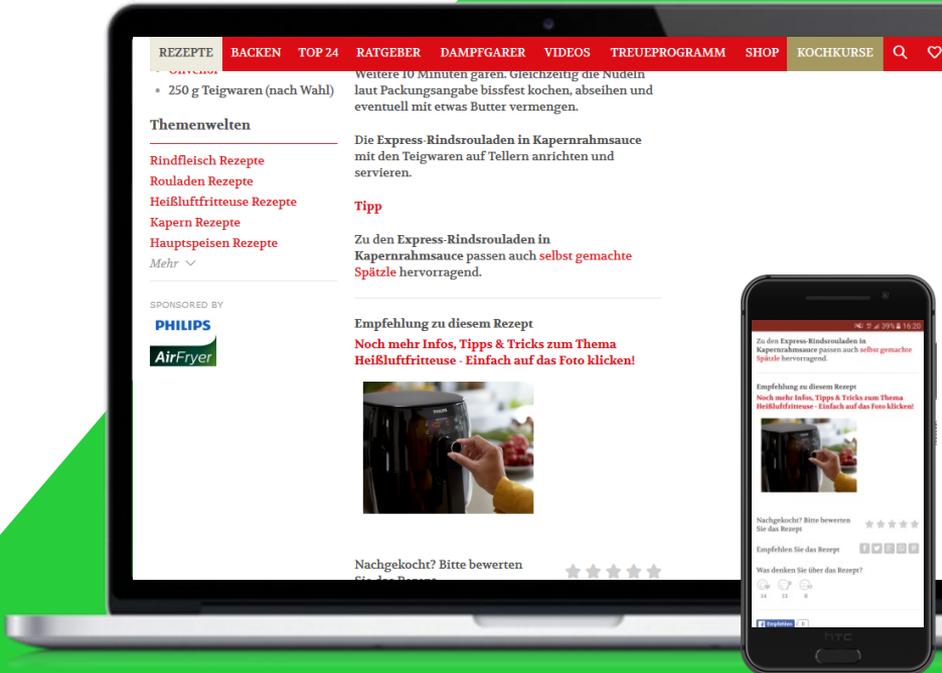
Special Ads

Product Placement

Nutzen sie die beliebten Rezepte von ich koche.at für die Präsentation Ihrer Produkte. Wir integrieren ihr Produkt - idealerweise einen Packshot - direkt im Zubereitungstext und zusätzlich Ihr Unternehmens- oder Produktlogo bei den Zutaten.

Dazu können Sie

- + vorhandene Rezepte von ichkoche.at verwenden*,
- + eigene Rezepte zur Verfügung stellen
- + neue Rezepte entwickeln lassen.



Product Placement

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

- + Sponsorlogo: 160x60
- + Packshot: 496x384
- + Text oder Info über das Produkt/
die Marke

10 kb

jpeg, png, gif

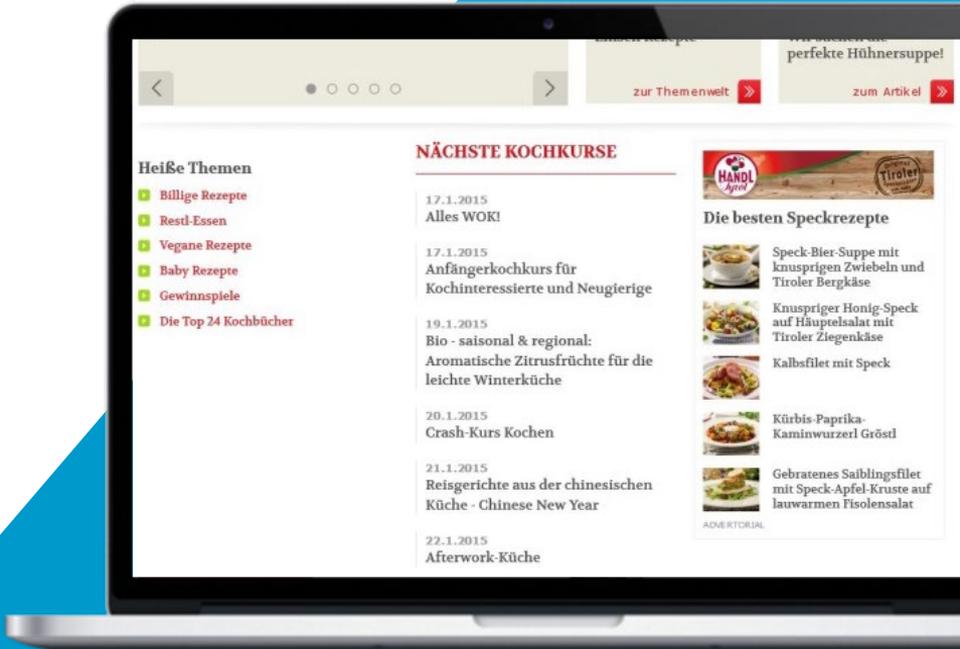
Desktop & Mobile
+ ichkoche.at

Rezeptempfehlung

Präsentieren Sie 5 Rezepte in unserem Rezeptmodul, und verlinken von dort auf die Rezepte. Das Rezeptmodul ist mit Ihrem Logo/Banner gebrandet.

Dazu können Sie

- + vorhandene Rezepte von ichkoche.at verwenden*,
 - + eigene Rezepte zur Verfügung stellen
 - + neue Rezepte entwickeln lassen.
-
- + Optional könne Sie auch diese Rezepte mittel Product Placement branden.



Rezeptempfehlung

Abmessungen (BxH)

Gewicht

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

- + Überschrift (max. 40 Zeichen)
- + Logo/Banner: 266x56
- + 5 Rezepte

10 kb

jpeg

- [Desktop](#)
- + [ichkoche.at](#)

Rezept PDF-Branding

Branding von sämtlichen Rezeptausdrucken mittels Banner.

ichkoche.at REZEPTE

Fini's Feinstes  **Back was Feines!**

Caesar Salad mit gebratenen Hühnerstreifen



Foto: LGV-Frischgemüse

Zubereitung:

Für den **Caesar Salad mit gebratenen Hühnerstreifen** das Backrohr auf 180°C vorheizen. In einer Schüssel Brotwürfel mit 1 EL Olivenöl mischen. Brotwürfel auf einem Backblech verteilen und ca. 15 Minuten im Backrohr backen, bis sie goldbraun sind.

Sardellenfilets trockentupfen. Sardellen gemeinsam mit Parmesan, Essig, Döner und Knoblauch im Blitzhacker fein hacken. Übriges Olivenöl nach und nach zugeben und immer wieder durchmischen. Mit Salz und Pfeffer abschmecken.

Hühnerbrust in Streifen schneiden, mit Salz und Pfeffer würzen und in Sonnenblumenöl knusprig braten.

Salat waschen und in grobe Streifen schneiden. Gemeinsam mit den Croutons und den Hühnerstreifen auf tiefen Tellern anrichten. Dressing darübergeben und den **Caesar Salad mit gebratenen Hühnerstreifen** sofort servieren.

Tipp:
Der **Caesar Salad mit gebratenen Hühnerstreifen** ist ein köstliches schickes Gericht, das vor allem in den USA sehr beliebt ist.

Zutaten für 2 Portionen:

- 5 EL Olivenöl
- 1 EL Sonnenblumenöl
- 1/4 Baguette (gewürfelt)
- 3-4 Stück Sardellenfilets
- 2 EL Parmesan (gerieben)
- 2 EL Robbenessig
- 2 Stück Eidöner
- 1 Knoblauchzehen
- 1 Romana Salat
- 1 Hühnerbrust
- Salz
- Pfeffer

MOH  **Tolle Preise gewinnen!**  

Rezept PDF-Branding

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
450x80	40 kb	jpeg, png	Desktop & Mobile + ichkoche.at

Hot or Not?

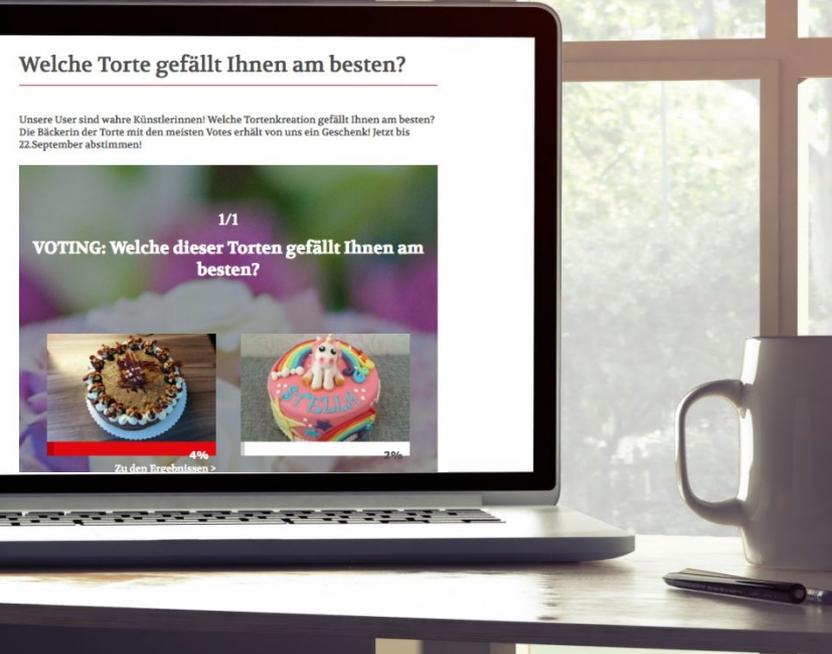
Das Umfragetool „Hot or Not“ ermöglicht mittels Fragestellungen an die ichkoche.at Community, Trends oder Meinungen zu erfassen.

Die Methodik ist eine Bilderauswahl, bei der der User das beliebtere Bild oder Textbausteine wählt. Er durchläuft so einen maximal 6-stufigen Matchingprozess, und sieht wie die anderen User geantwortet haben (prozentuell).

Kooperationspartner können auf der Abschlussseite mit einem Bild, kurzem Text und Link präsentiert werden. Ebenso können Produkte eingebettet werden. Die Umfrage wird durch ichkoche.at über ein organisches Posting auf Facebook promoted und zusätzlich wird die Umfrage mittels Sitelink präsentiert.

Vorteil:

Die Umfrage ist für die Erschließung neuer Zielgruppen, Anwendungsfelder für bestehende Produkte oder Produktlaunches besonders gut geeignet.



Hot or Not?

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<ul style="list-style-type: none">+ Sponsorbild+ Sponsortext+ Thema+ optional: Frage(n)+ optional: Hintergrundbild 496x384+ optional: Antwortbild 496x384	200 kb	jpeg	Desktop + ichkoche.at

Typentest

Der Typentest ermöglicht mittels Fragestellungen an die ichkoche.at Community Trends oder Meinungen zu erfassen. Die Methodik ist eine Bilderauswahl, bei der der User das beliebtere Bild oder Textbausteine wählt.

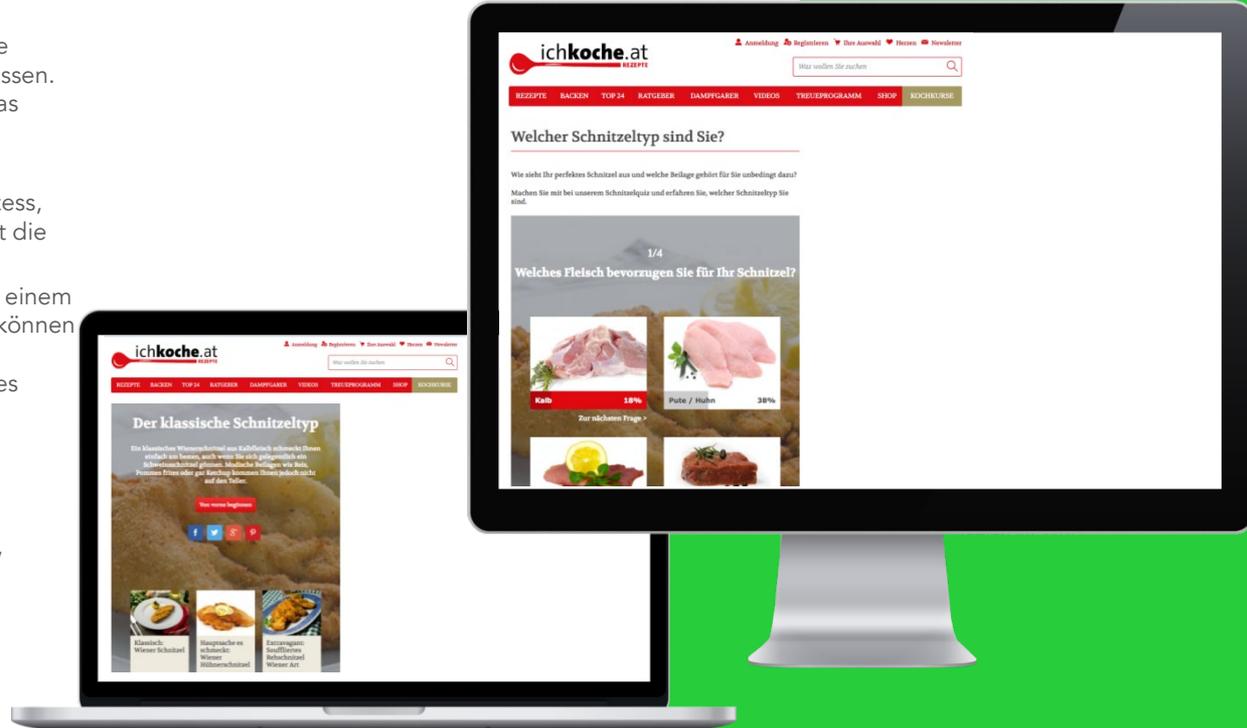
Er durchläuft so einen maximal 6-stufigen Matchingprozess, und erhält danach seine Typenzugehörigkeit. Es besteht die Möglichkeit, drei Typen zu definieren.

Kooperationspartner können auf der Abschlusseite mit einem Bild, kurzem Text und Link präsentiert werden. Ebenso können Produkte eingebettet werden.

Die Umfrage wird durch ichkoche.at über ein organisches Posting auf Facebook promoted und zusätzlich wird die Umfrage mittels Sitelink präsentiert.

Vorteil:

Die Umfrage ist für die Erschließung neuer Zielgruppen, Anwendungsfelder für bestehende Produkte oder Produktlaunches besonders gut geeignet.



Typentest

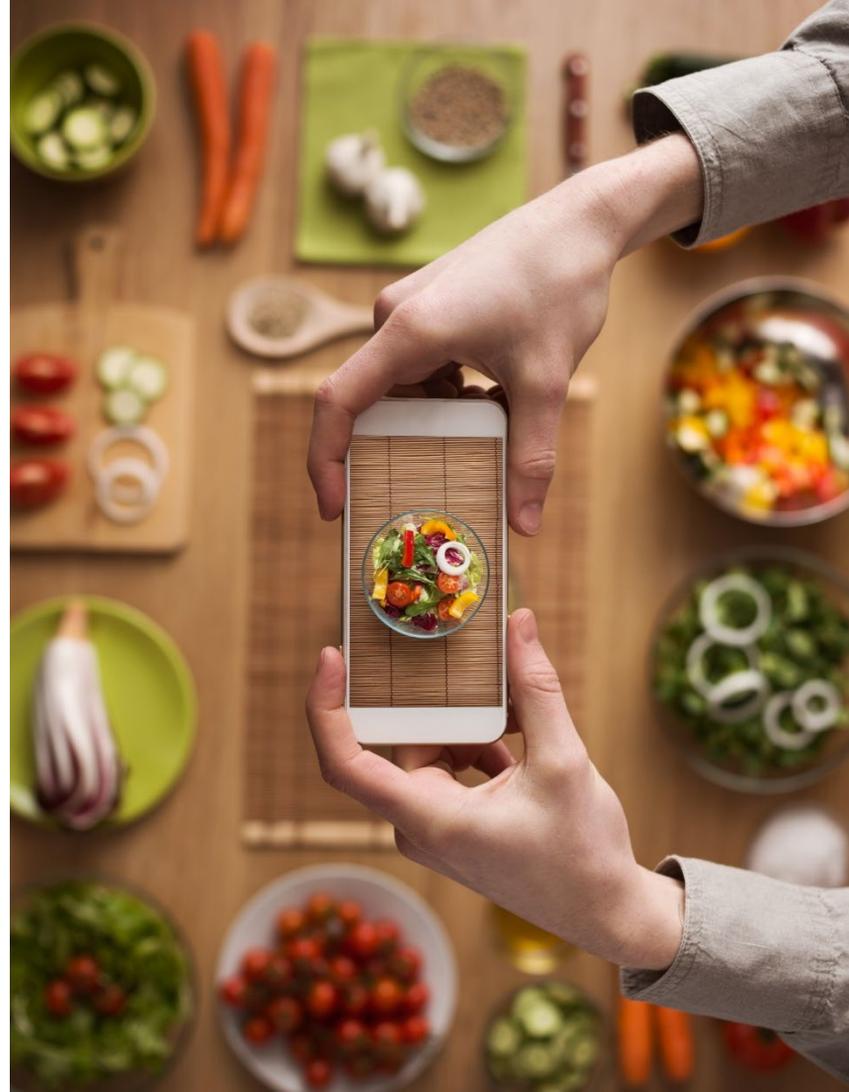
Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<ul style="list-style-type: none">+ Sponsorbild+ Sponsortext+ Thema+ optional: Frage(n)+ optional: Hintergrundbild 496x384+ optional: Antwortbild 496x384+ optional: Typen	200 kb	jpeg	Desktop <ul style="list-style-type: none">+ ichkoche.at

Fotowettbewerb

Wir suchen das beste Foto!



Fotowettbewerbe sind unter den ichkoche.at Usern besonders beliebt, weil man dort sein Können zeigen oder sich je nach Thema auch selbst inszenieren kann. Der Aufruf zum Fotowettbewerb erfolgt mit einem Content Teaser und Voting in der ichkoche.at App.



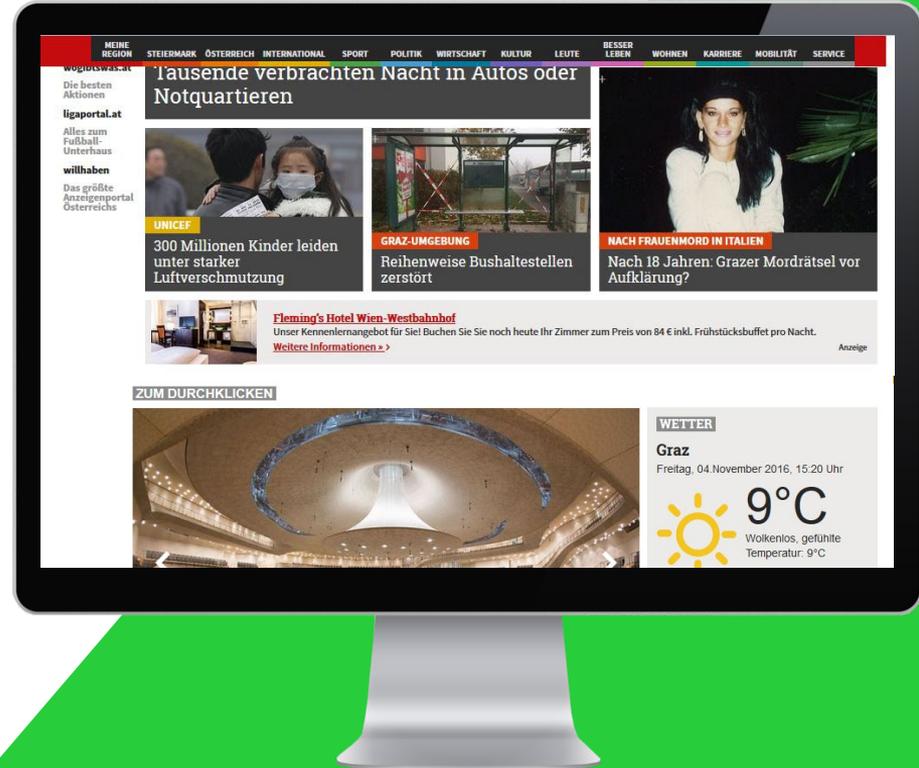
Fotowettbewerb

Abmessungen (BxH)	Gewicht	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
<ul style="list-style-type: none">+ Bild 496x384+ Thema+ Gewinn	200 kb	jpeg	Desktop <ul style="list-style-type: none">+ ichkoche.at

Native Ads

Content Teaser (Sitelink)

- + Ein Content Teaser (Sitelink) ist eine Bild-Text-Kombination, die direkt in den redaktionellen Content der (mobilen) Website oder App eingebettet wird.
- + Bei Klick wird direkt auf die gewünschte Landing Page verlinkt.
- + Die Gestaltung erfolgt durch die sd one.

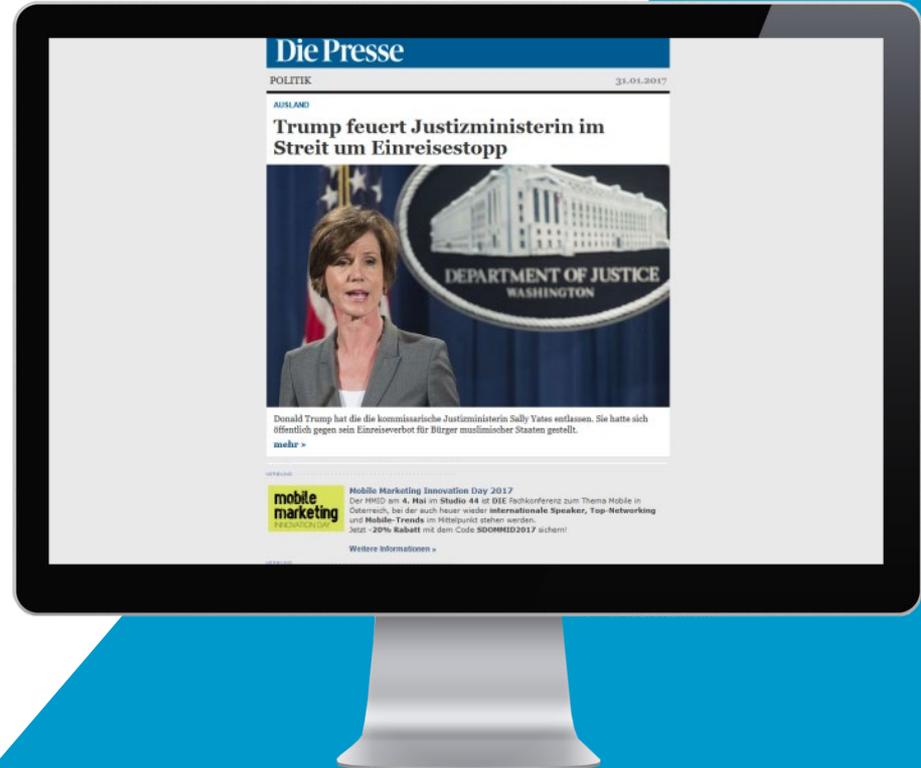


Content Teaser (Sitelink)

Werbeform	Abmessungen (BxH)	Textzeichen	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
Sitelink	500x300	<ul style="list-style-type: none"> + Headline + Text/Call to action: 300 Zeichen 	png, jpeg, gif	Desktop und Mobile + besserlaengerleben.at + besserlaengerleben.de
	500x300	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: 35 Zeichen + Text: 250 Zeichen + Call-To-Action: 50 Zeichen 	jpeg	Desktop und Mobile + DiePresse.com + diva-online.at + gofeminin.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + ligaportal.at + spox.com + welovefamily.at + wienerin.at
	496x384	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: 40 Zeichen + Text: 75 Zeichen + Call-To-Action: 25 Zeichen 	jpeg	Desktop und Mobile + ichkoche.at
Small Sitelink	300x100	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: 80 Zeichen + Optional Subheadline: 70 Zeichen + Text: 150 Zeichen + Call-To-Action: 50 Zeichen 	jpeg	Desktop + DiePresse.com

Newsletter

Das Werbemittel wird direkt zwischen den Artikeln platziert und erreicht dadurch höchste Aufmerksamkeit.



Newsletter

Abmessungen (BxH)	Textzeichen	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
500x300	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: 35 Zeichen + Text: 250 Zeichen + Call-To-Action: 50 Zeichen 	jpeg	Desktop und Mobile <ul style="list-style-type: none"> + DiePresse.com + kleinezeitung.at + wienerin.at
900x600	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: 30 Zeichen + Subheadline: 30 Zeichen + Text: 300 Zeichen + Call-To-Action: 50 Zeichen 	jpeg	Desktop und Mobile <ul style="list-style-type: none"> + diva-online.at
625x625	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: 25 Zeichen + Text: 250 Zeichen + Call-To-Action: 50 Zeichen 	jpeg	Desktop und Mobile <ul style="list-style-type: none"> + wienerin.at Club-Newsletter
300x127	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: 45 Zeichen + Text: 180 Zeichen 	jpeg	Desktop und Mobile <ul style="list-style-type: none"> + gofeminin.at
Fullbanner: 468x60 Medium Rectangle: 300x250 496x384 oder 167x112	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: 40 Zeichen + Text: 75 Zeichen + Call-To-Action: 20 Zeichen 	jpeg, gif jpeg	Desktop und Mobile <ul style="list-style-type: none"> + ichkoche.at

Newsletter

Abmessungen (BxH)	Textzeichen	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
150x150	+ Text: 250 Zeichen	jpeg	Desktop und Mobile + welovefamily.at
Banner: 608x250 oder 608x150 200x200	+ Headline: 100 Zeichen + Text: 250 Zeichen + Call-To-Action: 50 Zeichen	jpeg	Desktop und Mobile + wogibtswas.at

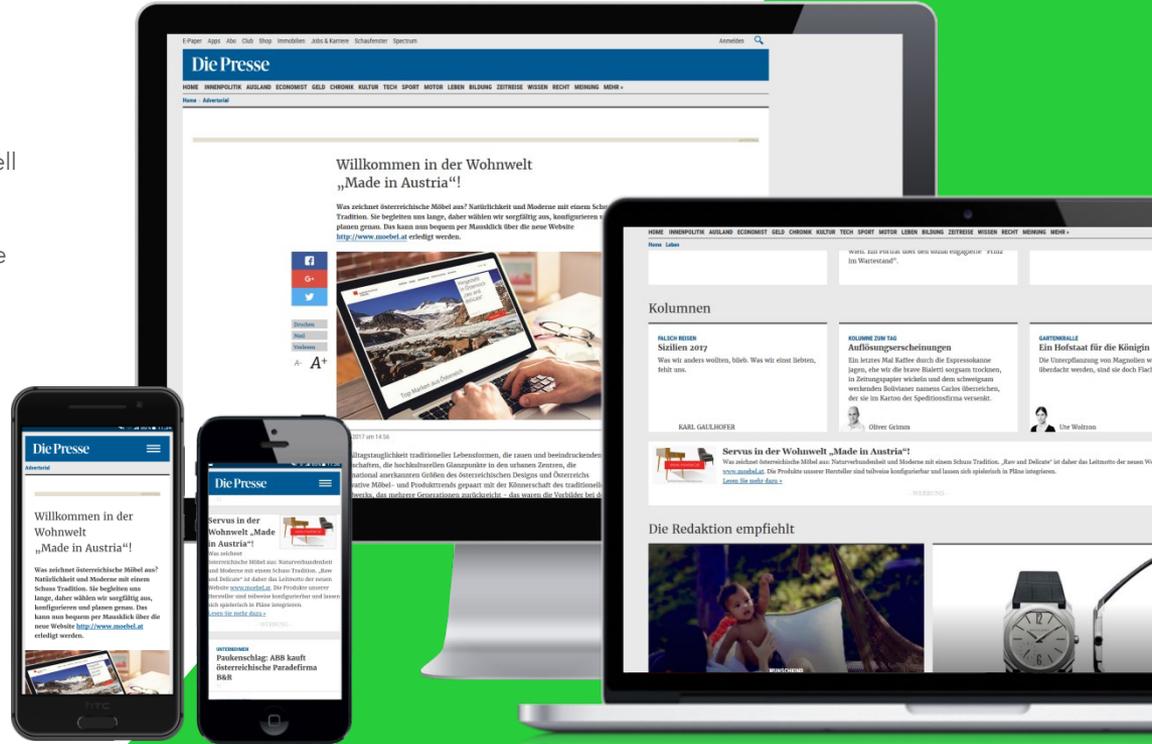
Advertorial

Die unterstützende Content-Maßnahme zur Display-Kampagne.

Der Bild-Text-Teaser (Sitelink) verlinkt bei Klick auf einen redaktionell anmutenden Artikel. Das Advertorial dient hier als Landing Page. Umsetzung mit Slideshow, Videos und Factboxes möglich.

Die werblichen Inhalte fügen sich optimal in die Inhalte der Website oder App ein, ohne den Lesefluss des Users zu durchbrechen.

- + Höhere Akzeptanz beim User
- + Höhere Kampagneneffizienz
- + Kostengünstige Werbemittelproduktion



Advertorial

Abmessungen (BxH)

Textzeichen

Dateiformat

Buchungsmöglichkeit

Das Foto muss eine Mindest-Breite von 800px haben.
Die Höhe kann variabel sein, wobei eine Höhe von 480px (Format 5:3) bis max. 600px (Format 4:3) empfohlen wird.

- + Headline: max. 70 Zeichen inkl. Leerzeichen
- + Lead: ca. 300 Zeichen inkl. Leerzeichen
- + Text: ca. 3.000 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Optional:
 - + Angebots-Ad
 - + Fact-Ad/Service-Ad
 - + Gallery-Ad
 - + Zitat
 - + Videointegration (Youtube-Link, vimeo oder Video-Datei)
 - + Google Maps

jpeg

Desktop und Mobile

- + DiePresse.com
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at

800x1.200

- + Headline: 35 Zeichen
- + Lead: 100 Zeichen
- + Text: 3.000 Zeichen
- Optional:
 - + Bildergalerie: 900x1.200
 - + Embed-Codes von Videos

jpeg, png, gif

Desktop und Mobile

- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de

780x520

- + Headline: 70 Zeichen
- + Lead: 200 Zeichen
- + Text: 3.000 Zeichen
- Optional:
 - + Bildergalerie: 800x600
 - + Videointegration

jpeg

Desktop und Mobile

- + diva-online.at

Advertorial

Abmessungen (BxH)	Textzeichen	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
496x384	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: 65 Zeichen + Lead: 255 Zeichen + Text: 3.000 Zeichen Optional: + Weitere Bilder: 496x384 	jpeg	Desktop und Mobile + ichkoche.at
Hauptbild: 1020x450 (in der linken unteren Ecke wird die Headline darüber eingeblendet) Teaserbild: 1020x500 (alle weiteren Formate werden automatisch aus dem Teaserbild generiert/ zugeschnitten: 480x203, 225x75, 228x140, 96x96, 50x50)	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: ca. 40 Zeichen + Lead: ca. 250 Zeichen + Text: ca. 3.000 Zeichen Optional: + Zitate + Bildergalerie + Embed-Codes von Videos 	jpeg	Desktop und Mobile + gofeminin.at
696x464	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: 70 Zeichen + Lead: 200 Zeichen + Text: 3.000 Zeichen 	jpeg	Desktop und Mobile + welovefamily.at
625x375	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: max. 70 Zeichen inkl. Leerzeichen + Lead: ca. 300 Zeichen inkl. Leerzeichen + Text: ca. 3.000 Zeichen inkl. Leerzeichen Optional: + Bildergalerie + Zitate + Videointegration (Youtube-Link, vimeo oder Video-Datei) 	jpeg	Desktop und Mobile + wienerin.at

Gewinnspiel

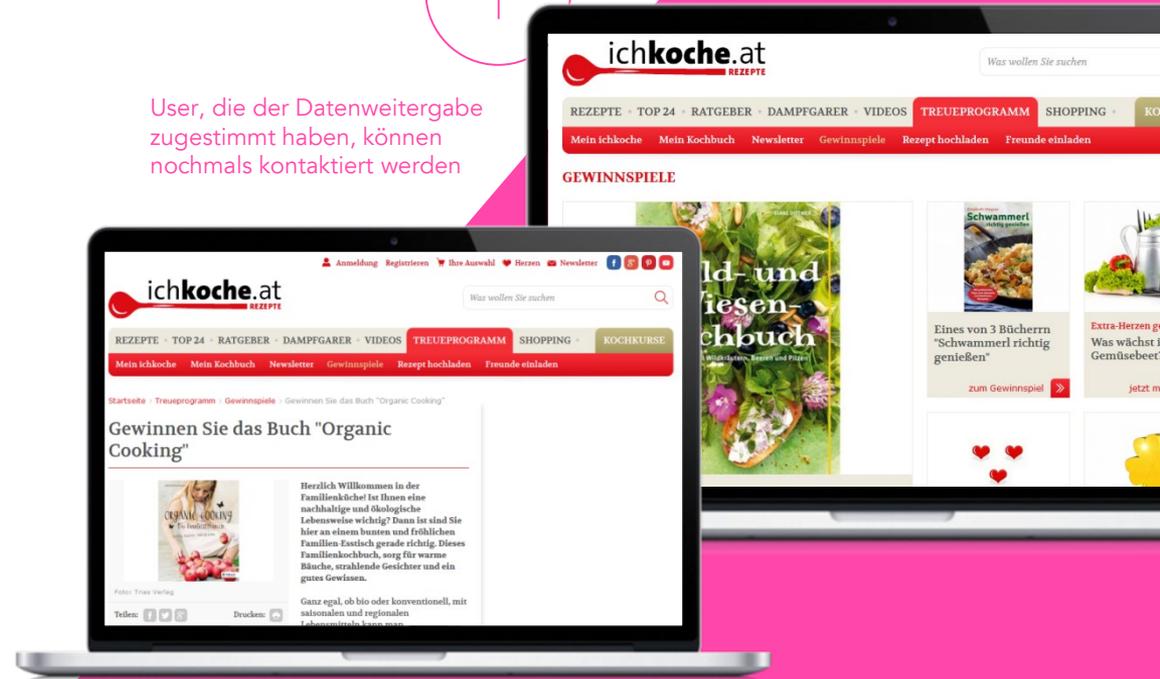
- + Bei einem Gewinnspiel kommt es zur Ausschreibung eines Preises, der nach dem Zufallsprinzip verlost wird.
- + Die Teilnahme erfolgt durch einfaches Ausfüllen der Kontaktdaten oder durch einen bestimmten Gewinnspiel-Modus (z.B. Quiz, Foto-Einsendung)

Eignet sich für schnellen Aufbau von Bekanntheit und Aufmerksamkeit für Produkt und Marke

Vorteil: Auseinandersetzung mit den Produkteigenschaften im Rahmen von Produktinformation bzw. Teilnahme



User, die der Datenweitergabe zugestimmt haben, können nochmals kontaktiert werden



Gewinnspiel

Folgende Informationen müssen für ein Gewinnspiel immer angeliefert werden:

- + Was wird verlost?
- + Wie viel Stück werden verlost?
- + Was ist der Wert des Gewinns?
- + Wer übernimmt die Gewinnverständigung?
- + Wer übernimmt den Versand des Gewinnes?
- + Sind Teilnehmerdaten gewünscht?

Inhalt

- + Das Foto muss eine Mindest-Breite von 800px haben.
Die Höhe kann variabel sein, wobei eine Höhe von 480px (Format 5:3) bis max. 600px (Format 4:3) empfohlen wird.
Bei wienerin.at empfehlen wir ein quadratisches Bild im Format 620x620px.
 - + Headline: max. 70 Zeichen inkl. Leerzeichen
 - + Lead: ca. 300 Zeichen inkl. Leerzeichen
 - + Text: ca. 3000 Zeichen inkl. Leerzeichen
 - + 3 Fragen mit jeweils 3 Antwortmöglichkeiten (richtige Antwort markiert)
- + Hauptbild: 496x384
 - + Headline: max. 65 Zeichen
 - + Lead: max. 255 Zeichen
 - + Text: ca. 3.000 Zeichen
 - + Optional: Weitere Bilder: 496x384
 - + 1 Frage mit 3 Antwortmöglichkeiten (richtige Antwort markiert)
- + Hauptbild: 800x1.200 (jpeg, png, gif)
 - + Headline: 35 Zeichen
 - + Lead: 100 Zeichen
 - + Text: 3.000 Zeichen
 - + Optional: Bildergalerie: 900x1.200
 - + Optional: Embed-Codes von Videos
 - + 3 Fragen mit jeweils 3 Antwortmöglichkeiten (richtige Antwort markiert)

Buchungsmöglichkeit

Desktop und Mobile

- + DiePresse.com
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at
- + wienerin.at

Desktop und Mobile

- + ichkoche.at

Desktop und Mobile

- + besserlaengerleben.at
- + besserlaengerleben.de

Gewinnspiel

Inhalt

- + Hauptbild: 175x131
- + Headline: 80 Zeichen inkl. Leerzeichen
- + Lead: 100 Zeichen inkl. Leerzeichen
- + Text: 700 Zeichen inkl. Leerzeichen
- + 1 Frage mit beliebig vielen Antwortmöglichkeiten oder 1 Frage mit offener Antwort oder 3 Fragen mit jeweils 3 Antwortmöglichkeiten (richtige Antwort markiert)

Buchungsmöglichkeit

- Desktop und Mobile
- + wogibtswas.at

True Native Advertising

Seeding Alliance

True Native Advertising ermöglicht eine **gleichzeitige Publikation und Distribution von Inhalten auf mehreren Portalen.**

Der Content ist dabei identisch in Optik, Form und Struktur wie der redaktionelle Inhalt. Mit einer eigenen URL ist jeder Content in sozialen Netzwerken teilbar und kann auf jedem Device angezeigt werden.

Durch den Wegfall des Medienbruchs vom Teaser zu einem externen Landingpage ist der optimale Lesefluss gegeben.

Sämtliche Inhalte werden in Echtzeit und auf ihre Performance überwacht und automatisch optimiert.



True Native Advertising

Seeding Alliance

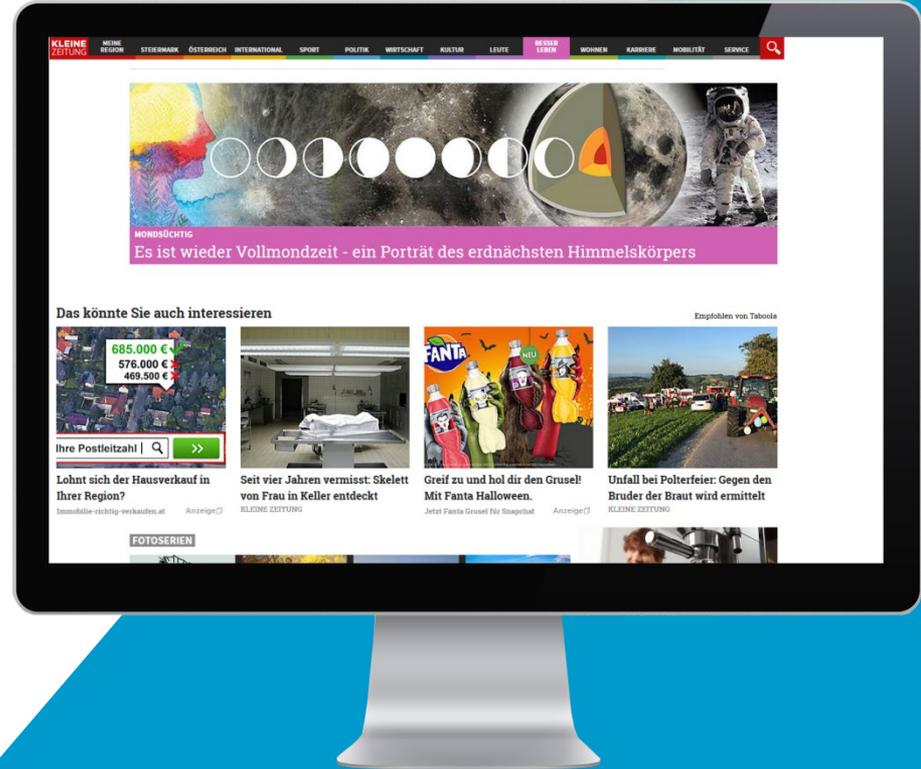
Werbeform	Abmessungen (BxH)	Textzeichen	Dateiformat	Buchungsmöglichkeit
Advertorial	Das Foto muss eine Mindest-Breite von 1.000px haben. (Format 5:3 oder 4:3).	<ul style="list-style-type: none"> + Headline: max. 70 Zeichen + Lead: ca. 300 Zeichen + Text: ca. 3.000 Zeichen Optional: <ul style="list-style-type: none"> + Bildergalerie: max. 10 Bilder im Format 800x600px 	jpeg	Desktop und Mobile <ul style="list-style-type: none"> + DiePresse.com + ichkoche.at + ichreise.at + kleinezeitung.at + ligaportal.at + spox.com + wienerin.at
Content Teaser (Sitelink)	600x600px 600x300px 600x400px 600x450px 600x500px 800x450px 1200x400px	Headline: <ul style="list-style-type: none"> + Short: max. 25 Zeichen + Medium: 30-45 Zeichen + Long: 60-70 Zeichen Text: <ul style="list-style-type: none"> + Short: 70-110 Zeichen + Medium: 140-200 Zeichen + Long: 250-350 Zeichen <ul style="list-style-type: none"> + Call-To-Action: max. 20 Zeichen 	jpeg	<ul style="list-style-type: none"> + Oder bei über 600 deutschen Publishern mit Österreich-Targeting

Recommendation Ads

Native Performance Ads

Das Recommendation Widget empfiehlt dem User relevante, weiterführende oder ähnliche Artikel zu lesen. Mit unterschiedlichen Algorithmen werden die Signale des Users analysiert und somit erhält der User den für ihn passenden, relevanten Content angezeigt.

Ihre Inhalte werden als Content Teaser entweder am Beitragsende eines Artikels oder auf Übersichtsseiten angezeigt.



Recommendation Ads

Native Performance Ads

Abmessungen (BxH)

mind. 600x400px;
Empfehlung: 1.000x600px
(Format 5:3 oder 4:3)

Bild darf keine Logos und Text enthalten!

Textzeichen

Der Text darf nicht werblich sein und darf keinen Produktnamen beinhalten.

- + Headline: max. 50 Zeichen (längere Titel werden bei vielen Portalen mit "..." gekürzt)
- + Produkt- oder Firmenname: max. 30 Zeichen

Oder:

- + Wenn kein benutzerdefinierter Titel, Text und Bild vorhanden ist, nimmt Taboola automatisch „og:title“, „og:description“ und „og:image“ aus dem Quellcode der Landingpage.

Dateiformat

jpeg

Buchungsmöglichkeit

Desktop und Mobile

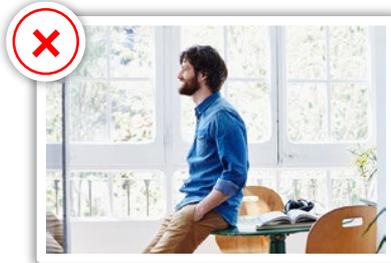
- + DiePresse.com
- + diva-online.at
- + ftrr.at
- + ichreise.at
- + kleinezeitung.at
- + spox.com
- + wienerin.at

App

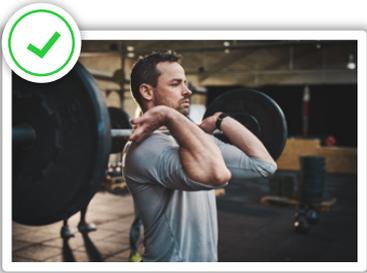
- + Die Presse App

Best Practices

Bilder für Recommendation Ads



Menschen sind immer zu bevorzugen.
Noch besser ist es, wenn der Oberkörper mittelgroß im Bild zu sehen ist.



Verwende Bilder mit einem klaren Fokus.



Verwende auffällige Farben welche die Aufmerksamkeit der Benutzer auf sich ziehen.



Vermeide ClipArts, Logos und Texte in Bildern.

Best Practices

Headlines für Recommendation Ads



Here's Why Parents Love This New Video Streaming Service



Here's Why People Love This Website

Spreche deine Zielgruppe direkt an und stelle dein Produkt/Service in den Vordergrund.



5 New Features You Can Find on Your Smartphone



A Useful Guide to Your Smartphone's Newest Features

Nummerierte Listen verleiten User drauf zu klicken.



The Real Secret to Happiness May Surprise You



Study Shows More Sleep Will Make You Happier Over Time

Integriere Rätsel und mache User damit neugierig.



How Ad Tech is Transforming the Marketing Landscape



The complete guide to how ad tech is changing marketing.

Verwende Groß- und Kleinschreibung.

Sponsored Content

Sponsored Story

Ein kundenspezifisches Thema wird von der Spezialredaktion aufbereitet und auf einem definierten Portal veröffentlicht. Der Beitrag wird über einen Content Teaser und mit einem organischem Facebook-Post auf der Fanpage des gebuchten Portals distribuiert.

Optional: garantierte Page Views auf den Beitrag möglich



Sponsored Story

Briefing

- + Was ist das Thema/Produkt?
- + Was ist die genaue Kampagnenmessage bzw. gibt es schon einen Kampagnenclaim?
- + Welche Themen sind in diesem Zusammenhang wichtig?
- + Gibt es Unterlagen zur inhaltlichen Vorlage?
- + Was ist das Ziel der Kampagne
- + Zielgruppen Definition (Wer soll erreicht werden)
- + Gibt es inhaltlich neutrale Bilder die verwendet werden können? (es fallen sonst zusätzliche Kosten für Bildlizenzen an)
- + Zeitraum der Kampagne (fixes Postingdatum entscheidet die Redaktion)
- + Wohin soll verlinkt werden?
- + Link zur Facebook-Seite des Kunden

Buchungsmöglichkeit

Desktop und Mobile

- + DiePresse.com
- + fischundfleisch.com
- + gofeminin.at
- + ichkoche.at
- + ichreise.at
- + joomboos.tv
- + kleinezeitung.at
- + ligaportal.at
- + sportaktiv.com
- + spox.com
- + welovefamily.at
- + wienerin.at